

UNIVERSITE DE NEUCHÂTEL  
FACULTE DE DROIT ET DES SCIENCES ECONOMIQUES

---

# Zur Problematik der vertikalen Preisbindung bei Verlagserzeugnissen

— ein Ländervergleich —

THÈSE

présentée à la Section des sciences économiques, politiques et sociales  
de la Faculté de droit et des sciences économiques  
pour obtenir le grade de docteur ès sciences économiques

par

HERBERT FALTER

Verlagsdruckerei Ph. C. W. Schmidt · Neustadt a. d. Aisch 1965



Digitized by the Internet Archive  
in 2026

UNIVERSITE DE NEUCHÂTEL

FACULTE DE DROIT ET DES SCIENCES ECONOMIQUES

---

# **Zur Problematik der vertikalen Preisbindung bei Verlagserzeugnissen**

— ein Ländervergleich —

THÈSE

présentée à la Section des sciences économiques, politiques et sociales  
de la Faculté de droit et des sciences économiques  
pour obtenir le grade de docteur ès sciences économiques

par

HERBERT FALTER

Verlagsdruckerei Ph. C. W. Schmidt · Neustadt a. d. Aisch 1965



Monsieur Herbert FALTER est autorisé à imprimer sa thèse de doctorat ès sciences économiques „ZUR PROBLEMATIK DER VERTIKALEN PREISBINDUNG BEI VERLAGSERZEUGNISSEN — EIN LÄNDERVERGLEICH —“  
Il assume seul la responsabilité des opinions énoncées.

Neuchâtel le 15 mai 1965.

Le directeur  
de la Section des sciences économiques,  
politiques et sociales  
(P.-P. Rosset)

# INHALTSVERZEICHNIS

Seite

|                                                                                                                                                                                                                                          |   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| A. Einleitung . . . . .                                                                                                                                                                                                                  | 1 |
| I. Wettbewerb, vertikale Preisbindung und Wirtschaftsordnung . . . . .                                                                                                                                                                   | 1 |
| 1. Begriffsbestimmungen . . . . .                                                                                                                                                                                                        | 1 |
| B. Hauptteil . . . . .                                                                                                                                                                                                                   | 1 |
| 2. Das Ineinandergreifen von Kultur und Wirtschaft im Rahmen der<br>Wirtschaftsordnung . . . . .                                                                                                                                         | 1 |
| a) Literatur und Gesellschaft . . . . .                                                                                                                                                                                                  | 1 |
| b) Kulturelle Wirkungen verlegerischer Tätigkeit . . . . .                                                                                                                                                                               | 1 |
| c) Der Wert buchhändlerischer Vermittlung . . . . .                                                                                                                                                                                      | 2 |
| d) Buch, Buchhandel und Öffentlichkeit . . . . .                                                                                                                                                                                         | 2 |
| 3. Die Rechts- und Wirtschaftsordnungen westlicher Länder als Unter-<br>suchungskriterium für die Stellung der vertikalen Preisbindung von<br>Verlagserzeugnissen innerhalb der jeweiligen marktwirtschaftlichen<br>Konzeption . . . . . | 2 |
| II. Der Buchmarkt in Wirtschaftssystemen, die das Ideal des freien Preiswett-<br>bewerbs möglichst vollständig und ausnahmslos zu verwirklichen suchen                                                                                   | 2 |
| 1. Zur Problematik der vertikalen Preisbindung für Verlagserzeugnisse<br>in der amerikanischen Wirtschaft . . . . .                                                                                                                      | 2 |
| a) Die wirtschaftsgeschichtliche Entwicklung . . . . .                                                                                                                                                                                   | 2 |
| b) Strukturmerkmale und Wettbewerbslage . . . . .                                                                                                                                                                                        | 3 |
| c) Neuere Entwicklungstendenzen . . . . .                                                                                                                                                                                                | 3 |
| 2. Umfang und Ausmaß buchhändlerischer Betätigung im kanadischen<br>Wirtschaftssystem . . . . .                                                                                                                                          | 3 |

|                                                                                                                                                                     |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 3. Der französische Buchhandel im System des „planisme concurrentiel“                                                                                               | 45 |
| a) Das allgemeine Verbot der vertikalen Preisbindung in Frankreich                                                                                                  | 46 |
| b) Die Struktur des französischen Büchermarktes . . . . .                                                                                                           | 49 |
| c) Betrachtungen zur gegenwärtigen Lage des französischen Buchhandels . . . . .                                                                                     | 54 |
| III. Die vertikale Preisbindung in Marktwirtschaften, in denen versucht wird, den kulturellen Wirkungen des Buchhandels in weitem Maße Rechnung zu tragen . . . . . | 58 |
| 1. Die Situation des englischen Buchhandels und das Ergebnis der ‚hearings‘ des Restrictive Trade Board zum Net Book Agreement . . . . .                            | 58 |
| a) Die marktwirtschaftlichen Daten des englischen Buchhandels . . . . .                                                                                             | 59 |
| b) Ergebnis und Folgerung der Urteilssprechung des Kartellgerichts zum 'Net Book Agreement' . . . . .                                                               | 60 |
| 2. Die Preisbindungsbestrebungen des Buchhandels in Belgien und Holland . . . . .                                                                                   | 68 |
| a) Die gesetzlichen Bestimmungen und die buchhändlerische Regelung der vertikalen Preisbindung in Belgien . . . . .                                                 | 68 |
| b) Die vertikale Preisbindung im holländischen Buchhandel . . . . .                                                                                                 | 73 |
| 3. Die gesetzliche Regelung der vertikalen Preisbindung für Verlags-erzeugnisse in der marktwirtschaftlichen Konzeption Deutschlands . . . . .                      | 77 |
| a) Der Ausnahmeharakter der vertikalen Preisbindung für Verlags-erzeugnisse im Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen . . . . .                                     | 78 |
| b) Die vertikale Preisbindung im Spiegel wirtschaftlicher Daten des Buchhandels . . . . .                                                                           | 81 |
| c) Anpassung und Strukturveränderungen im deutschen Buchhandel                                                                                                      | 85 |
| 4. Zur Diskussion des festen Ladenpreises im Buchhandel der skandinavischen Länder . . . . .                                                                        | 95 |

|                                                                                                                                             |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| IV. Länder, in denen die Ausnahmestellung des Buchhandels nicht umstritten ist . . . . .                                                    | 106 |
| 1. Der österreichische Buchhandel und das Kartellgesetz . . . . .                                                                           | 106 |
| 2. Der schweizerische Buchhandel in der marktwirtschaftlichen Konzeption des ‚Möglichen Wettbewerbs‘ . . . . .                              | 109 |
| C. Zusammenfassende Würdigung der vertikalen Preisbindung im Buchhandel und der Einfluß des Vertrages von Rom auf eine europäische Regelung | 113 |

## Vorwort

Meine langjährige Tätigkeit vor und teilweise auch während meiner Studienzeit hat mich einen tiefen Einblick in das Verlagswesen gewinnen lassen. Deshalb war ich an der Bearbeitung des vorliegenden Themas besonders interessiert und möchte hiermit meinen hochverehrten Professoren für die wohlwollenden Ratschläge bei der Anfertigung der Dissertation aufrichtig danken.

Ich habe mich bewußt auf die Problematik des festen Ladenpreises bei Büchern beschränkt, da die Wirkung und Vielfältigkeit der Probleme auf dem Zeitungs- und Zeitschriftenmarkt gesonderte Untersuchungen erfordern.

Besonderen Wert legte ich darauf, die Wirkung und die Erscheinungsformen der vertikalen Preisbindung für Bücher in den verschiedenen Ländern im Rahmen der jeweiligen Wirtschafts- und Wettbewerbsordnung darzulegen. Dabei habe ich zunächst die Verflechtung und Wechselwirkung von Kultur und Wirtschaft herausgestellt, denn kaum ein anderer Zweig zeigt eine derartige Affinität zur Kultur wie der Buchhandel.

Auf Grund der unterschiedlichen Beurteilung der vertikalen Preisbindung für Bücher in den einzelnen Ländern bot sich die Einteilung in drei Gruppen an:

- Länder, die die vertikale Preisbindung für Verlagserzeugnisse grundsätzlich verbieten,
- Länder, in denen die vertikale Preisbindung umstritten und in einzelnen Fällen als Ausnahme zugelassen ist, und
- Länder, die dem Buchhandel eine Sonderstellung kraft Gesetzes gewähren oder aber die Institution des festen Ladenpreises ohne weiteres anerkennen.

In der zusammenfassenden Übersicht habe ich die Möglichkeit für eine europäische Regelung der vertikalen Preisbindung für Verlagserzeugnisse untersucht.

Verschiedene Persönlichkeiten des In- und Auslandes haben zu dieser Arbeit dadurch beigetragen, daß sie mit mir Gedanken austauschten oder mir Gelegenheit gaben, Einblick in praktische Erfahrungen nehmen zu können.

Ergebnisse aktueller Studien wurden mir freundlicherweise von den im Text erwähnten in- und ausländischen buchhändlerischen Institutionen und Vereinigungen zur Verfügung gestellt.

Für das mir durchweg erwiesene verständnisvolle Entgegenkommen bin ich sehr dankbar und hoffe, daß diese Arbeit dem Leser einen Eindruck von der Problematik der vertikalen Preisbindung im Buchhandel verschiedener Länder vermitteln möge.

Mit der Veröffentlichung des Berichts der Bundesregierung über Änderungen des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen<sup>1)</sup> wird die Notwendigkeit und Nützlichkeit des Wettbewerbs im Rahmen der gegenwärtigen Wirtschaftsordnung dokumentiert.

So befürwortet der wissenschaftliche Beirat in seinem Gutachten ein generelles Verbot der vertikalen Preisbindung, ohne die Möglichkeit, eine Ausnahme zu gewähren<sup>2)</sup>, wie sie bisher im Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) gemäß § 16 für Markenartikel und Verlagserzeugnisse<sup>3)</sup> gegeben war.

Damit wird im Buchhandel nicht nur die Frage der Vor- und Nachteile, sondern auch das Problem der „ordnungspolitischen Wirkung“<sup>4)</sup> der festen Ladenpreise bei Verlagserzeugnissen in den Mittelpunkt gestellt.

Seit der Kröner-Reform im Jahre 1887, der Einführung der kollektiven Preisbindung im Buchhandel, lebte die Diskussion über die Auswirkungen des festen Ladenpreises verschiedentlich auf und erreichte um die Jahrhundertwende einen Höhepunkt in den Streitgesprächen zwischen dem Akademischen Schutzverein und den Repräsentanten des Buchhandels<sup>5)</sup>.

---

<sup>1)</sup> Vgl. Bericht über Änderungen des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen. Deutscher Bundestag. 4. Wahlperiode, Drucksache IV/617 vom 12. August 1962 (im folgenden zitiert als Kartellbericht).

<sup>2)</sup> Vgl. Kartellbericht, a.a.O., S. 35.

<sup>3)</sup> Vgl. Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen vom 27. Juli 1957 (in Kraft getreten 1. Januar 1958) BGBl. I 1081 „§ 16 (Zulässigkeit vertikaler Preisbindungen) § 15 gilt nicht, soweit ...

2. ein Verlagsunternehmen die Abnehmer seiner Verlagserzeugnisse rechtlich oder wirtschaftlich bindet, bei der Weiterveräußerung bestimmte Preise zu vereinbaren oder ihren Abnehmern die gleiche Bindung bis zur Weiterveräußerung an den letzten Verbraucher aufzuerlegen.“

<sup>4)</sup> Vgl. Röper, Burkhardt, die vertikale Preisbindung bei Markenartikeln, Tübingen 1955, S. 1.

<sup>5)</sup> Vgl. Bücher, K., Der deutsche Buchhandel und die Wissenschaft, Denkschrift, Leipzig 1903; Pohle, L., Das deutsche Buchhändlerkartell, in: Schriften des Vereins für Sozialpolitik, Bd. 61, Leipzig 1895; Prager, R. L., Die Ausschreitungen des Buchhandels, Leipzig 1903; Siebeck, P., Die Organisation des Deutschen Buchhandels und seine Bücherpreise in der wissenschaftlichen Literatur, Tübingen 1903; Trübner, K., Wissenschaft und Buchhandel, Denkschrift der deutschen Verlegerkammer, Jena 1903; Kontradiktorische Verhandlungen über deutsche Kartelle, Bd. 2, Druckpapier und Buchhandel, Stenogr. Bericht, Berlin 1904; Koppel, A., Organisation, Lage und Zukunft des deutschen Buchhandels. Zugleich ein Beitrag zur Kartellfrage, in: Jahrb. für Ges., Verw. und Volkswirtschaft, Bd. 31, ohne Ortsangabe, 1907.

## A. Einleitung

Mit den Veröffentlichungen der letzten Jahre, die die Ergebnisse der zwanziger und dreißiger Jahre einerseits vertieften, andererseits neue Erkenntnisse brachten, wurden die verschiedenen Standpunkte fixiert und die daraus resultierende Haltung begründet<sup>6)</sup>.

Bei der Untersuchung der vertikalen Preisbindung am Büchermarkt im Hinblick auf die marktwirtschaftliche Konzeption gehen die Betrachtungen einmal von der genauen Einhaltung der wettbewerbswirtschaftlichen Prinzipien aus (so Winterhoff, vgl. auch Böhm), zum anderen wird in möglichst objektiver Art dargestellt, inwieweit kulturpolitische Wirkungen zu berücksichtigen sind (Meyer-Dohm), die sich bei einem so speziellen wie dem Büchermarkt ergeben können. Es fragt sich nun ob die „außerwirtschaftlichen“<sup>7)</sup> Ziele nicht mit den ökonomischen in Antinomie stehen. In diesem Falle wäre, wie Jöhr und Schil-

---

<sup>6)</sup> Vgl. Bachem, F. C., Die Lage des deutschen Buchverlags in der gegenwärtigen Krise des deutschen Gesamtbuchhandels, Diss. Köln 1922; Bader, O., Buchverlagsunternehmung, Diss. Tübingen 1936; Barret, François, La politique des prix imposés, Paris 1935; Bloch, P., Entstehung und Entwicklung des Ladenpreises im Buchhandel, Diss. Berlin 1923; Bruck, E. P., Die Preisbindung im deutschen wissenschaftlichen Antiquariatsbuchhandel, Berlin 1930; Buzello, S., Der ausländische und der deutsche Buchhandel. Ein Vergleich der organisatorischen Entwicklungstendenzen, Berlin 1930; Delpeuch, André, Du Commerce Des Livres, Paris 1928; Dietze, W., Die Preisbildung des deutschen Buchhandels im Lichte der Kriegswucherverordnungen, Diss. Würzburg 1919; Druckenmüller, A., Der Buchhandel der Welt, Stuttgart 1935; Jeremias, G., Das billige Buch, Entwicklungs- und Erscheinungsformen, Diss. Berlin 1938; Nitschman, P., Die Krisis im Deutschen Buchhandel. Eine Auseinandersetzung mit E. Winterhoff, Berlin 1928; Scheider, A., Der Monopolcharakter des Buches, Diss. Leipzig 1936; Schlemminger, J., Die Preisbindung im deutschen Buchhandel, Stuttgart 1935; Vaternahm, H., Der deutsche Buchhandel und seine Organisation im Vergleich zu Frankreich, England und den Vereinigten Staaten von Amerika, Limburg 1937; Winterhoff, E., Die Krisis im deutschen Buchhandel als Folge seiner Kartellierung, Karlsruhe 1927. — Von den neueren Veröffentlichungen seien nur die wichtigsten genannt: Böhm, Franz, Markenpreisbindung und fester Ladenpreis im Buchhandel, in: Ordo, Jahrbuch für die Ordnung von Wirtschaft und Gesellschaft, Bd. XIV, Düsseldorf, München 1963; Meyer-Dohm, P., Der Westdeutsche Büchermarkt, Stuttgart 1957, und in Gemeinschaft mit Uhlig, Chr., Zur Problematik der vertikalen Preisbindung bei Verlagserzeugnissen, in: Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik, 175. Band, 1963, Heft 1; Winterhoff, E., Der feste Ladenpreis, ein Vorteil für Buchhandel und Bücher?, in: Ordo, Bd. XIV, a.a.O.

<sup>7)</sup> Vgl. Jöhr, W. A., und Singer, H. W., Die Nationalökonomie im Dienste der Wirtschaftspolitik, Göttingen 1957, S. 125.

ler<sup>6)</sup> vorschlagen, eine Kompromißlösung zu suchen, die „die bestmögliche Kombination der verschiedenen Zielbereiche (entsprechend den unterschiedlichen Lebensbereichen, die jedoch miteinander in Interdependenz stehen)“<sup>9)</sup> gewährleistet.

Neben der Diskussion um das Für und Wider des gebundenen Ladenpreises im Buchhandel, die im wesentlichen der unterschiedlichen Beurteilung der Ware Buch entspringt, scheint die Untersuchung der Frage aufschlußreich, inwieweit in den Wirtschaftsordnungen westlicher Länder das ökonomische Ziel des Preiswettbewerbs im Buchhandel kulturpolitischen Wirkungen voran-, gleichgestellt oder untergeordnet wird, d. h. inwieweit die vertikale Preisbindung bei Verlagszeugnissen mit den Prinzipien der sozialen Marktwirtschaft (auch in ihren graduellen Abstufungen) zu vereinbaren ist oder nicht und wie ihre Eingliederung im Rahmen westlicher Wirtschaftssysteme zur Geltung kommt.

Zunächst sind Überlegungen zur Wirkung marktwirtschaftlicher Sachgesetzhkeiten im Hinblick auf kulturpolitische Tatbestände anzustellen.

Mit der Verwirklichung einer auf anerkannten Grundwerten fußenden Ordnung ist der Rahmen für die Entwicklung des gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Miteinanderlebens gegeben. In diesem Sinne gewinnt die Wirtschaftsordnung, die die gesamte Wirtschaftsstruktur beeinflußt und den Wirtschaftsablauf bestimmt, an Bedeutung, da sie in starkem Maße mit allen menschlichen Lebensbereichen verknüpft ist. Mit einer gewissen Ordnung<sup>10)</sup>, die der Wirtschaftspolitik bestimmte Richtlinien setzt, wird auch die „zweckmäßige Steuerung des Ablaufs der Wirtschaft“<sup>11)</sup> bestimmt.

### *1. Begriffsbestimmungen*

Das Ziel der marktwirtschaftlichen Konzeption einer Wettbewerbsordnung beruht im wesentlichen auf der Auslese- und Lenkungsfunktion der Preise. Der Preiskonkurrenz wird damit vor allen anderen Wettbewerbsparametern der Vorrang gegeben. Insofern stellt die vertikale Preisbindung im Buchhandel einen Verstoß gegen die marktwirtschaftlichen Prinzipien dar. Löst man sich jedoch

---

<sup>6)</sup> Vgl. Jöhr, W. A., Der Kompromiß als Problem der Gesellschafts-, Wirtschafts- und Staatsethik, Tübingen 1958, S. 15 f.; Schiller, Karl, Neuere Entwicklung in der Theorie der Wirtschaftspolitik, Tübingen 1958, S. 6.

<sup>9)</sup> Meyer-Dohm, P., und Uhlig, Chr., a.a.O., S. 16.

<sup>10)</sup> Die Wirtschaftsordnung ist veränderlich, sie ist also kein absoluter Begriff. Vgl. Ritschl, Hans, Wirtschaftsordnung und Wirtschaftspolitik. Weltwirtschaftliches Archiv, Bd. 65, Hamburg 1950, Heft 2, S. 219, und Eucken, W., Die Grundlagen der Nationalökonomie, 5. Aufl., Godesberg 1947, S. 82.

<sup>11)</sup> Preiser, Erich, Die Zukunft unserer Wirtschaftsordnung, 3. Aufl., Göttingen 1960,

aus der einseitigen Sicht<sup>12)</sup> des Modelldenkens, so wird erkennbar, daß im Verlagswesen andere Wettbewerbsmerkmale stärker in den Vordergrund rücken und Wirkungen sichtbar werden, die den Ausschließlichkeitsanspruch des Preiswettbewerbs in Frage stellen.

Im Sinne des Rechts der Wettbewerbsbeschränkungen wird der Wettbewerb charakterisiert als „das selbständige Streben sich objektiv gegenseitig im Wirtschaftserfolg beeinflussender Anbieter oder Nachfrager (Mitbewerber) nach Geschäftsverbindung mit Dritten (Kunden) durch Inaussichtstellen möglichst günstiger Geschäftsbedingungen“<sup>13)</sup>. So braucht der Wettbewerb auf der Handelsstufe trotz der vertikalen Preisbindung für Verlagserzeugnisse nicht ohne weiteres beeinträchtigt zu sein, zumal es hier in erheblichem Maße auf die Auswirkungen ankommt.

Hinzu kommt, daß „ces ententes (verticales: der Verf.) et ces pratiques ne sont pas toujours purement arbitraires; si elles tendent à défendre et stabiliser les positions acquises, elles ne sont pas toujours nécessairement défavorables à l'intérêt général et aux consommateurs“<sup>14)</sup> und „daß die Preisbindung der zweiten Hand die Möglichkeit für eine elastischere Preispolitik . . . nicht ausschließt“<sup>15)</sup>.

Die vertikale Preisbindung unterliegt als Vertriebsinstrument nicht nur lediglich den Kräften am freien Markt. Wird der Verkaufspreis eines Buches vom Verleger festgesetzt, so ist damit grundsätzlich der Tatbestand der vertikalen Preisbindung gegeben<sup>16)</sup>.

<sup>12)</sup> Vgl. Ortlieb, H.-D., Freiheit und Zwang in der Wirtschaft, S. 45; Dogmatismus — Unser wirtschaftspolitisches Schicksal, in: Wirtschaftsordnung und Wirtschaftspolitik ohne Dogma, Hamburg 1954, S. 104/105; vgl. auch Weiser, G., Die Überwindung des Ökonomismus in der Wirtschaftswissenschaft, in: Wirtschaftswissenschaftliche Abhandlungen, Heft 3, Berlin 1954, S. 29/30.

<sup>13)</sup> Borchardt, Knut und Fikenther, Wolfgang, Wettbewerb, Wettbewerbsbeschränkung, Marktforschung, Stuttgart 1957, S. 15; Preiser, E., Die Zukunft . . ., a.a.O., S. 57; Arndt, H., Schöpferischer Wettbewerb und klassenlose Gesellschaft, Berlin 1952, S. 44 f.; Böhm, Franz, Reden und Schriften, Karlsruhe 1960, S. 67; Samuelson, Paul A., Economics, 4th ed., New York 1958, S. 36 ff.

<sup>14)</sup> Franck, Louis, La libre concurrence, Paris 1963, S. 27; vgl. auch Preiser, E., Die Zukunft . . ., a.a.O., S. 58; Hax, H., Vertikale Preisbindung in der Markenartikelindustrie, in: Beiträge zur Betriebswirtschaftlichen Forschung, Bd. 10, Köln und Opladen 1961, S. 2 und 3.

<sup>15)</sup> Gutenberg, Erich, Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, Bd. II, 3. Aufl., Berlin, Göttingen, Heidelberg 1959, S. 312.

<sup>16)</sup> Vgl. die Definition des Chambre de Commerce internationale: „Le prix de vente imposé doit être entendu comme le prix de vente au détail que le fabricant fixe par avance pour un produit déterminé, et quels que soient les canaux de distribution empruntés par ce produit.“ Zitiert in: Marcel Rives, Traité d'économie commerciale, Tome I La fonction de distribution, Paris 1958. — Vgl. auch Handwörterbuch der Betriebswirtschaft, Stuttgart 1957/60, Sp. 4382. Mellerowicz, K., Die Han-

Die Intensität des Wettbewerbes gerade auf dem Buchmarkt, sei es durch die Betriebsformen<sup>17)</sup> im Bucheinzelhandel und auf der Stufe des Verlagswesens oder auf Grund des Dienstleistungs- und Funktionswettbewerbs, ist so groß, daß selbst bei gebundenen Verkaufspreisen von einem intensiven Wettbewerb gesprochen werden kann. Die möglichen Formen der Preisdifferenzierung im Rahmen der verlegerischen und buchhändlerischen Preispolitik gewährleisten eine marktgerechte Preisbildung auf dem Büchermarkt.

Hier wie in der gesamten Wirtschaft scheint man auf Grund der nachlassenden Preiselastizität sogar „ein Gesetz des Werdens und Vergehens der Betriebsformen“<sup>18)</sup> sehen zu wollen. Daß eine Preisbildung im Sinne des klassischen Konkurrenzmodells nicht möglich ist, stellt besonders Sraffa<sup>19)</sup> heraus. Persönliche und sachliche Präferenzen wie wirtschaftliche Faktoren binden den Käufer an bestimmte Geschäfte und gewisse Waren. In Verbindung mit der Heterogenität der Ware Buch<sup>20)</sup>, die in der gesamten Wirtschaft einmalig sein dürfte, kennzeichnet sich der Buchhandel als einer der „unvollkommensten Bereiche unserer Wirtschaftsorganisation“<sup>21)</sup>.

Wenn auch die wirtschaftliche Bedeutung des Buchhandels, trotz der beachtlichen Wachstumstendenz der letzten Jahre, im Verhältnis zur Gesamtwirtschaft und in bezug auf die kulturellen Wirkungen, die — obwohl nicht exakt meßbar — unbestritten sind, relativ gering ist, so ist dem Verlagswesen im Rahmen der Wirtschaftsordnung vom wirtschaftlichen und besonders vom kulturellen Standpunkt große Bedeutung beizumessen.

Betrachten wir die Wirtschaftsordnung „als einen Teilbereich des objektiven Geistes, in dem der subjektive Geist einer Kulturepoche seine Gestaltung erfährt“, so „stellt sich das marktwirtschaftliche System als Wirkungsgefüge dar, entstehend in einer Heterogenie individueller Zwecksetzungen (Wilhelm Wundt) der Einzelwirtschaften, deren Verhalten am Marktzusammenhang ausgerichtet ist“<sup>22)</sup>. Die Gestaltung der Wirtschaft und der Gesellschaft ergibt sich

---

delsspannen bei freien, gebundenen und empfohlenen Preisen, Freiburg i. Br. 1961, S. 119. P. W. S. Andrews and Frank A. Friday, *Resale Price Maintenance Re-Examined*, London 1960, S. 9.

<sup>17)</sup> Vgl. Hiller/Strauß, *Der deutsche Buchhandel*, Gütersloh 1961, *Der vertreibende Buchhandel*, S. 162—232.

<sup>18)</sup> Nieschlag, R., *Die Gewerbefreiheit im Handel*, Köln 1953, S. 59.

<sup>19)</sup> Vgl. Sraffa, Piero, *The Laws of Returns under Competitive Conditions*, in: *Economic Journal*, Vol. XXXVI, S. 535—550.

<sup>20)</sup> Da die Heterogenität der Ware Buch naturgegeben ist, wird auch der Unterschied des „Nur-Preiswettbewerbs“ zum „Auch-Preiswettbewerb“ hinfällig.

<sup>21)</sup> Barone, Enrico, *Principi di Economica Politica*, Roma 1925, S. 161. Barone bezieht diese Aussage auf die Gesamtheit des Einzelhandels.

<sup>22)</sup> *Handwörterbuch der Sozialwissenschaften*, 44. Lieferung, Stuttgart, Tübingen, Göttingen 1962, Stichwort: Wirtschaftsordnung, S. 189 ff., S. 192 und S. 198.

nicht allein aus den Postulaten wirtschaftlicher Marktzusammenhänge, vielmehr hängt sie in starkem Maße von einer Reihe rechtlicher, psychologischer, wirtschaftspolitischer und sittlicher Voraussetzungen ab<sup>23)</sup>.

Die Verbindung dieser Forderungen an eine Gesellschaftsordnung mit den Prinzipien einer Wettbewerbswirtschaft zu einer „Gesamtheit der Formen“ als „Interdependenz der Ordnungen“<sup>24)</sup> macht das Wesen der marktwirtschaftlichen Konzeption westlicher Länder aus<sup>25)</sup>

Versucht die soziale Marktwirtschaft, „das Prinzip der Freiheit auf dem Markte mit dem des sozialen Ausgleichs zu verbinden“<sup>26)</sup>, so muß das Leitbild dieser Wirtschaftsordnung immer von neuem bestimmt werden.

Diese Aufgabe stellt sich dem einzelnen wie dem Staat in gleicher Weise. Die Stellung des Buchhandels kann gerade als beispielhaft bezeichnet werden, da er in der Marktwirtschaft in weitem Maße „das Eigeninteresse mit der tatsächlichen Erfüllung einer volkswirtschaftlichen Funktion verknüpft“<sup>27)</sup>, dabei ist das Kennzeichnende, daß sich dies nicht im wirtschaftlichen Bereiche erschöpft.

Rückblickend erkennen wir, daß die vertikale Preisbindung im Buchhandel den allgemeinen Wohlfahrtsgedanken eher fördert als hemmt. Die Preisbindung für Verlagserzeugnisse ermöglicht einen intensiven Wettbewerb, der den Prinzipien der heutigen Wettbewerbswirtschaft gerecht wird. Die vertikale Preisbindung verhindert nicht, daß Verleger und Buchhändler dem Wettbewerbsprinzip und dem Ausleseprozeß des Konkurses erliegen, andererseits bleibt die Möglichkeit der freien Entfaltung der Persönlichkeit, mit dem Ziel, das Gewinnmaximierungsprinzip zu verwirklichen, unbeeinträchtigt. Dabei ist jedoch mit Scheurer übereinzustimmen, „que l'entreprise a bien un double but:

---

<sup>23)</sup> Vgl. Müller-Armack, Alfred, Wirtschaftslenkung und Marktwirtschaft, Hamburg 1947, S. 65, S. 69 und S. 85.

<sup>24)</sup> Eucken, W., Das ordnungspolitische Problem, Ordo, Bd. I, Düsseldorf, München 1948, S. 62 und S. 72.

<sup>25)</sup> Müller-Armack, Alfred, Stil und Ordnung der Sozialen Marktwirtschaft, Köln 1954, S. 8: „Die Konzeption der sozialen Marktwirtschaft umfaßte einen weiteren gesellschaftspolitischen und einen engeren wirtschaftspolitischen Bereich von Maßnahmen, die alle sinnvoll aufeinander abgestimmt sein müssen. Die Zielsetzung der sozialen Marktwirtschaft reicht über eine Modifikation oder klarere Herausbildung des wettbewerblichen Prinzips wesentlich hinaus.“

<sup>26)</sup> Müller-Armack, A., Handwörterbuch der Sozialwissenschaften, 6. Lieferg., Stuttgart 1954, Art.: Soziale Marktwirtschaft, S. 390 ff.

<sup>27)</sup> Preiser, E., Nationalökonomie heute, München 1959, S. 45, und Waentig, H., Das Buchgewerbe und die Volkswirtschaft, in: Das Buchgewerbe und die Kultur, Leipzig 1907, S. 112.

1. remplir une fonction utile dans le concert des activités humaines, cette fonction étant liée à tous les élans et à toutes les servitudes d'une vocation;
2. obtenir une rémunération dénommée profit<sup>28)</sup>.

Die vertikale Preisbindung für Verlagserzeugnisse beeinträchtigt weder die Gestaltung einer menschenwürdigen Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung noch die Entwicklung einer gerechten und leistungsfähigen Wettbewerbsordnung.

Nun soll noch dargestellt werden, wie und warum die vertikale Preisbindung für Verlagserzeugnisse im System eines funktionsfähigen Wettbewerbs ihre Berechtigung haben kann. Der Begriff der „workable competition“<sup>29)</sup> scheint der wirtschaftlichen Wirklichkeit deshalb am ehesten zu entsprechen, weil nicht so sehr der Perfektion des reinen Modelldenkens der Vorzug gegeben, als vielmehr versucht wird, stärkere Unvollkommenheiten zu vermeiden. Gerade im Buchhandel herrscht eine gewisse Abneigung gegen offene Preisänderungen<sup>30)</sup>, da z. B. die Umstellung in der Kalkulation bei häufigen Buchpreisänderungen zu erhöhten Kosten führen kann<sup>31)</sup> oder aber das buchhändlerische Traditionsbewußtsein — Ideal des „stillen Wettbewerbs“<sup>32)</sup> — gestört wird.

Dadurch wird die Entwicklung eines dynamischen Wettbewerbs nicht verhindert, denn die äußerst empfindliche Veränderlichkeit der Nachfrage — Elastizitäten bei Büchern und die Marktoffenheit — zwingen zu einer harten Konkurrenz bei allen anderen absatzpolitischen Mitteln oder zur Einführung neuer Aktionsparameter. Andererseits ist die Skala der Leser<sup>33)</sup> so vielfältig, besonders oder nur auf Grund ihrer Einstellung zu der Ware Buch, daß Preiskorrekturen — die sowohl nach oben wie nach unten ohnehin minimal sein würden — nicht die umsatzsteigernde Wirkung ergeben werden, die eventuell bei anderen

<sup>28)</sup> Scheurer, Fr., *L'entreprise, objet de science et moyen d'action*, Neuchâtel 1960, S. 119.

<sup>29)</sup> Der Begriff der 'workable competition' geht im wesentlichen auf die Veröffentlichungen von Clark und Edwards zurück. Clark, J. M., *Toward a Concept of Workable Competition*, *American Economic Review*, Vol. XXX, No 2, Part 1, June 1940, S. 241—256; Nachdruck in: *Readings in the Social Control of Industry*, Philadelphia, Toronto 1949; Edwards, Corwin D., *Maintaining Competition — Requisites of a Governmental Policy*, 2 ed., New York 1949.

<sup>30)</sup> Vgl. Robinson, Joan, *Imperfect Competition Revisited*, *Economic Journal*, Vol. LXIII, No 251, Sept. 1953, S. 586.

<sup>31)</sup> Vgl. Stigler, G. J., *The Theory of Price*, New York 1950, S. 232.

<sup>32)</sup> Röper, B., *Die vertikale Preisbindung*, a.a.O., S. 166.

<sup>33)</sup> Vgl. Marchal, Jean, *Le Mécanisme Des Prix*, Troisième Edition, Paris 1960, S. 46: „Dans la réalité, on trouve, non pas seulement ces deux hommes extrêmes, ce que l'on pourrait appeler l'homme de Descartes et l'homme de Pavlov, l'homme raisonnable et l'homme conditionné, l'homme qui est une personne et l'homme qui fait seulement partie d'une masse, mais toute une série d'hommes intermédiaires.“

Erzeugnissen möglich sein könnte. Vergleicht man die Erfordernisse der workable competition mit den wirtschaftlichen Tatsachen der vertikalen Preisbindung im Buchhandel, so scheint trotz der preiserstarrenden Tendenzen auf der Handelsstufe ein intensiver funktionsfähiger Wettbewerb gewährleistet zu sein. So führt z. B. die Vielfältigkeit der angebotenen Titel (Produktdifferenzierung) zu Preisdifferenzen, die schließlich zu einem Preiswettbewerb führen können<sup>34)</sup>.

Während eine Ausweitung der Substitutionsmöglichkeiten bei der jährlichen Veröffentlichung von rund 20000 Titeln allein in Deutschland nicht nötig erscheint, kann mit Clark übereinstimmend festgestellt werden, daß der Erweiterung der Kenntnisse der Leser (Käufer) ganz erhebliche Bedeutung zukommt. Die vertikale Preisbindung entspricht in weitgehendem Maße den Kriterien Edwards<sup>35)</sup> für eine funktionsfähige Konkurrenz. Der Leser kann nicht nur zwischen Preisen und verschiedenen Ausgaben zu ein und demselben Themengebiet wählen, vielmehr besteht für ihn die Möglichkeit, zwischen mehreren Buchhandlungen seine Bezugsquelle zu bestimmen<sup>36)</sup>.

Keine Buchhandlung ist gegenüber ihren Marktpartnern stark genug, um einen Zwang auf sie auszuüben — hier scheint der vertikalen Preisbindung sogar eine spezifische positive Wirkung zuzukommen. Durch die gebundenen Ladenpreise wird der Buchhändler keineswegs unempfindlich gegen Gewinneinbußen. Andererseits kann nicht von überhöhten Handelsspannen im Verlagswesen gesprochen werden, da trotz freien Zugangs zum Markt keine Erhöhung der Zahl der Buchhandlungen festzustellen ist.

In wirtschaftspolitischer Hinsicht zeigt sich, daß die vertikale Preisbindung im Buchhandel grundsätzlich den marktwirtschaftlichen Prinzipien zwar entgegensteht, den Gedanken der „Wohlfahrt“ aber in einem Maße fördert, der es zweifelhaft erscheinen läßt, ob sich ein ‚Experimentieren‘ mit der vertikalen Preisbindung im Buchhandel lohnt.

Es sind Untersuchungen dahingehend anzustellen, inwieweit wirtschaftspolitische Überlegungen trotz der Wirkungen der vertikalen Preisbindung im marktwirtschaftlichen Preisbildungsprozeß<sup>37)</sup> mit kulturpolitischen Erwägungen zu verbinden sind. Es geht also in einer hochentwickelten Volkswirtschaft darum, zu versuchen, außerökonomische Zielsetzungen unter Verzicht auf das ökonomische Maximum zu verwirklichen.

---

<sup>34)</sup> Clark, J. M., Toward a Concept of Workable Competition, S. 464/465.

<sup>35)</sup> Edwards, Corwin D., a.a.O., S. 9 ff.

<sup>36)</sup> Vgl. zur Forderung realer Alternativen auch Wilcox, C., Competition and Monopoly in American Industry, Washington 1941; auch in: Reavis Cox, Quantity Limits and the Theory of Economic Opportunity, in: Theory in Marketing, Chicago 1950, S. 232.

<sup>37)</sup> Schiller, K., Absatzwirtschaft als produktive Aufgabe, Hamburg 1957, S. 28.

## B. Hauptteil

### 2. Das Ineinandergreifen von Kultur und Wirtschaft im Rahmen der Wirtschaftsordnung

Mit der fortschreitenden Entwicklung der sozialen Marktwirtschaft, ermöglicht durch einen intensiven Produktivitätsgrad und ein relativ hohes Niveau materieller Versorgung, wurde immer deutlicher, „daß der Bereich des Marktes, des Wettbewerbs, der von Angebot und Nachfrage bewegten Preise und der durch sie gesteuerten Produktion nur als Teil einer höheren und weiteren Gesamtordnung verstanden und verteidigt werden kann . . .“<sup>38)</sup>.

Innerhalb dieser Ordnung, deren erstes und wichtigstes Postulat die Freiheit<sup>39)</sup> ist, ergeben sich die Wechselbeziehungen von Wirtschaft und Gesellschaft aus der Antinomie, der Harmonie und/oder der Verschmelzung kultureller und wirtschaftlicher Faktoren. In keinem anderen Bereich der freien Wirtschaft besteht auf Grund freier Entschlüsse ein derart festes, vielseitiges und sich gegenseitig befruchtendes Verhältnis wie zwischen Buch, Buchhandel und Gesellschaft<sup>40)</sup>. Buch und Buchhandel, als ein Teil von Kultur und Gesellschaft und in „ihnen“ tätig, schaffen eine ständige Wechselwirkung des Denkens, Fühlens und Wollens. Bezeichnet man ganz allgemein die Kultur als „Fortschritt, materieller und geistiger Fortschritt der einzelnen wie der Kollektivitäten“<sup>41)</sup>, so wird verständlich, warum gerade das Buch, infolge seiner doppelten Natur — Kulturgut und Ware — zur Gesellschaft mannigfaltige Verbindungen schafft, Beziehungen also, die die Gesellschaft formen, da der Wirkungswert der Literatur Individuen wie Gemeinschaften zu lebensfördernden, lebenserhöhenden und lebenserweiternden Impulsen anregt. Rückwirkend beeinflusst die Gesellschaft, als „der sich im Hinblick auf die Befriedigung der Bedürfnisse sowohl der Individuen als ihrer durch Einverständnis sich formenden Gruppen bildende und im Wege der Selbstregulierung sich immerwährend umbildende Zusammenfluß anonymer Individuen“<sup>42)</sup>, das einzelne Buch wie die gesamte Literatur.

---

<sup>38)</sup> Röpke, Wilhelm, *Jenseits von Angebot und Nachfrage*, 3. Aufl., Erlenbach-Zürich und Stuttgart 1961, S. 145.

<sup>39)</sup> Thielicke, Helmut, *An Die Deutschen*, Tübingen 1962, S. 23: „Freiheit heißt nicht, daß wir tun können, was wir wollen, sondern Freiheit heißt, daß wir werden dürfen, was wir sollen.“

<sup>40)</sup> Hier sei auf die Vorträge über ‚Das Buchgewerbe und die Kultur‘, Leipzig 1907, hingewiesen.

<sup>41)</sup> Schweitzer, Albert, *Kultur und Ethik*, München 1960, S. 35.

<sup>42)</sup> Schmid, Carlo, *Buch und Gesellschaft*, Gütersloh 1960, S. 3.

## a) Literatur und Gesellschaft

Wenn sich bei der Berücksichtigung kultureller Wirkungen der buchhändlerischen Tätigkeit auch das Problem der Meßbarkeit und genauen Abgrenzung stellt, so darf die Literatur mit Sicherheit als ein Gebiet „geistiger Kultur“ bezeichnet werden<sup>43)</sup>. Erhaltung und Förderung des Geisteslebens erfolgen in weitgehendem Maße durch Unterrichtung und Bildung. Hervorragendes Mittel zur Erreichung wirtschaftlicher, politischer und ethischer Ziele ist das Buch. Es erscheint „als der unverzichtbare Träger und Vermittler dessen, was man Bildung und Kultur“ nennt. „Buch wurde identisch mit Fortschritt“<sup>44)</sup>. Insofern enthält die Literatur auch ein aktives Moment, das Berührungspunkte und Verflechtungen zu anderen Lebensbereichen schafft und den kulturellen Wirkungsbereich vergrößert.

„Through its evocative power it (literature, der Verf.) molds behavior, carries over the propaganda, conscious or unconscious, of its intellectual setting, plays its part in building and breaking social movements and creates beauty values to invest an old order or sanction a new“<sup>45)</sup>.

Mit der Intensivierung des Preiswettbewerbs auf der Handelsstufe durch Aufhebung der vertikalen Preisbindung hofft man die Literatur weitesten Kreisen der Bevölkerung zugänglich zu machen. Abgesehen davon, daß eine Aufhebung der vertikalen Preisbindung im Buchhandel zwar zunächst zu einem verstärkten Preiswettbewerb führen kann, es aber ‚in the long run‘ nicht zwangsläufig zu dauerhaften Preiseinbrüchen kommen muß, erscheint es als sicher, daß die Konsumliteratur (Grundmann), die ohnehin schon erstaunliche Zuwachsraten durch Taschenbuchreihen und modernes Antiquariat aufweist, gegenüber der Bildungsliteratur (Grundmann) in einem Maße zunehmen wird<sup>46)</sup>, daß geistige Fortschritte nicht mehr möglich erscheinen.

Die geäußerten Bedenken stehen nicht der Notwendigkeit entgegen, „d'étendre au circuit populaire la production et la diffusion du circuit lettré

---

<sup>43)</sup> Vgl. Das Schema ‚Kulturpolitik‘ und ‚Kulturstatistik‘ nach Spranger und Müller, in: Menz, G., Kulturwirtschaft 1933, S. 24; Witkowski, G., Das Buchgewerbe und die Kultur, Leipzig 1907, S. 17–34; Encyclopedia of the Social Sciences, New York 1954, „Literature“, S. 523.

<sup>44)</sup> Schmid, Carlo, a.a.O., S. 15. Vgl. auch: Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens, Soziale Summe Pius XII, Fribourg 1961, Bd. III, S. 2989.

<sup>45)</sup> Encyclopedia of the Social Sciences, New York 1954, S. 532.

<sup>46)</sup> Natürlich nicht in allen Erscheinungsformen der Konsumliteratur.

sans modifier les méthodes commerciales“<sup>47)</sup>; vielmehr soll vor allem festgehalten werden, daß die Voraussetzungen zur Aufnahme der Literatur im Menschen selber geschaffen und vorhanden sein müssen<sup>48)</sup>, ungeachtet, daß die Literatur gerade diese Eigenschaften zu fördern vermag.

So kann der Buchhandel — in all seinen Erscheinungsformen — als Teil eines Ganzen wirtschaftliche und kulturelle Funktionen verknüpfen, wobei nicht zuletzt erst Tradition und Handelsbräuche eine dauerhafte Formgebung und damit eine gesunde Entwicklung ermöglichen. Dabei erweist es sich nicht als ratsam, einmal dem Ökonomischen und/oder zum anderen dem Kulturellen den Vorrang zu geben. Mit Ziegenfuß läßt sich feststellen: „Die wesensmäßige und darum nicht völlig rationalisierbare oder rational verständliche Besonderheit des Kulturellen und der von ihm her und zu ihm hin bestimmten Gesellschaft schließt es nicht aus, daß Formen gefunden werden oder sich herausbilden, in denen und durch die sich eine relativ stabile und verständliche Beziehung zwischen sinngebundener und sinnverbindlicher Geistigkeit der Gesellschaft und ökonomischer und politischer Gesellschaft darstellt“<sup>49)</sup>.

Wenn nun kulturelle Wirkungen zwischen Literatur und Gesellschaft bestehen, so sind zur Beurteilung buchhändlerischer Tätigkeit einige Überlegungen über die Bedeutung des Verlagswesens und des Sortiments anzustellen.

---

<sup>47)</sup> Escarpit, Robert, *Sociologie De La Littérature*, Paris 1960, S. 90/91. — Zum Begriff des ‚circuit lettré‘ und dem des ‚circuit populaires‘, S. 75: „On pourrait définir les lettrés comme les personnes ayant reçu une formation intellectuelle et une éducation esthétique assez poussée pour avoir la possibilité d'exercer un jugement littéraire personnel, ayant des loisirs suffisants pour lire et disposant de ressources permettant l'achat régulier des livres. . . . Par opposition au circuit lettré, nous appellerons (faute d'un meilleur mot) circuits populaires les systèmes de distribution s'adressant aux catégories socioprofessionnelles auxquelles leur formation permet un goût littéraire (intuitif), mais non un jugement (explicite et raisonné), auxquelles leur conditions de travail et d'existence rend la lecture malaisée ou inhabituelle, auxquelles enfin leurs ressources inderdit l'achat fréquent des livres.“

<sup>48)</sup> Vgl. Röpke, W., *Jenseits von Angebot und Nachfrage*, a.a.O., S. 95; Schmid, Carlo, a.a.O., S. 20; Grundmann, H., *Buchhandel und Gesellschaft*, BBl. 1957/64, S. 1079 bis 1081; Grasset, B., *La chose littéraire*, Paris 1929, S. II. Auf diese Problematik weist auch W. Kayser hin in der Veröffentlichung: *Das literarische Leben der Gegenwart*, in: *Deutsche Literatur in unserer Zeit*, Göttingen 1959, S. 19. Balmer, H. R., *Selbstbehauptung des Buchhandels*, Olten 1960, S. 22/23. Köster, Hans, *Buch und Leben*, Potsdam 1938, S. 81.

<sup>49)</sup> Ziegenfuß, Werner, *Die Kulturgesellschaft*, in: *Festgabe für Georg Jahn*, Berlin 1955, S. 628.

## b) Kulturelle Wirkungen verlegerischer Tätigkeit

Das schöpferische Zueinander von Geist und Form, Bildungsauftrag und Güterverantwortung, idealem Besitzstand und lebendiger Entfaltung großer Werte findet seinen Niederschlag in den verschiedenen Aufgabenbereichen des Verlagsbuchhandels. „Im geistig fördernden und betreuenden Bereich sind es Autor und Leser, im ästhetischen und technisch gestaltenden Hinblick ist es das Buch, in wirtschaftlicher und öffentlicher Hinsicht schließlich Autor, Leser und Buch“<sup>50)</sup>.

Mit der Auswahl und Annahme eines Manuskripts übernimmt der Verleger mannigfaltige Aufgaben, die nicht nur den materiellen Erfolg sichern sollen, sondern zunächst entscheidend bestimmen, welche schriftstellerischen Talente überhaupt und in welchem Maße sie zur Geltung kommen. Bei der Auswahl eines Manuskripts sind nun grundsätzlich zwei Gesichtspunkte zu berücksichtigen: „La sélection suppose que l'éditeur (ou son délégué) se représente un public possible et taille dans la masse des écrits qui lui sont soumis ce qui convient le mieux à la consommation de ce public. Cette représentation a un caractère double et contradictoire: elle comporte d'une part un jugement de fait sur ce que désire le public possible, sur ce qu'il achètera, d'autre part un jugement de valeur sur ce que doit être le goût du public étant donné le système esthétique — moral du groupe humain à l'intérieur duquel se déroule l'opération. D'où cette double interrogation qui se pose à propos de tout livre et à laquelle on ne peut répondre que par un hypothétique compromis: le livre est-il vendable? Le livre est-il bon?“<sup>51)</sup>.

Der Verleger bemüht sich, Publikum und Schriftsteller in ihrer gegenseitigen Einflußnahme zu begutachten. Mit der Entscheidung für oder gegen ein Manuskript fällt der Verleger ein Urteil von nicht geringer kultureller Bedeutung. In kultureller Hinsicht übernimmt der Verleger einen Schöpfungsakt (vom lateinischen: *edere*), aus wirtschaftlicher Sicht jedoch eine Selektion. Die Erwartungen, die der Verleger an seine Entscheidungen knüpft, stellen den Kern der Risikoübernahme dar.

Daß das Literaturangebot trotz dieser Unsicherheit und der Pflicht zur Auswahl vielseitig und im allgemeinen hochwertig ist, liegt nicht zuletzt an der freiheitlichen Wirtschaftsordnung. Die Notwendigkeit, letztlich die Menge der Manuskripte zu beschränken, wird in etwa wieder ausgeglichen durch die Vielfalt des Literaturangebots infolge der polypolistischen Angebotsstruktur im Verlagswesen.

<sup>50)</sup> Hiller, Helmut, Der Verlagsbuchhandel, in: Der deutsche Buchhandel, hrsg. von H. Hiller und W. Strauß, München, Gütersloh 1961, S. 52. Vgl. auch Nérét, J. A., Manuel Pratique D'Edition et De Librairie, Paris 1951, S. 11—13; Génin, M. T., L'Editeur, Paris 1960, S. 15 und S. 96 ff.

<sup>51)</sup> Escarpit, R., a.a.O., S. 64.

Die Tatsache, daß Verleger Erlöse auflagenhoher, umsatzstarker Titel teilweise zur Förderung von Nachwuchstalenten, zur Veröffentlichung weiterer wertvoller Werke, die nicht unbedingt Erfolg versprechen, und zur Unterstützung von Schriftstellern in Form von Preisen, Stiftungen oder direkten Zuschüssen verwenden, sei besonders erwähnt, da gerade Veröffentlichungen und Reden der jüngsten Zeit erkennen lassen, daß u. a. solche Aspekte wenig berücksichtigt werden<sup>52)</sup>.

Besonderes Kennzeichen verlegerischer Tätigkeit ist die Übernahme des finanziellen und des geistigen Risikos<sup>53)</sup>.

Dem Verlagsbuchhandel kann weiter bestätigt werden, daß, obwohl er einerseits frei schaffen kann, allerdings für veröffentlichte Werke verantwortlich ist, er andererseits in seiner individuellen Entscheidung die von der Öffentlichkeit gesetzten Normen ethischer, religiöser oder politischer Natur respektiert.

### c) Der Wert buchhändlerischer Vermittlung

Der Buchhandel bemüht sich auf dem durch das Copyright geformten Privatmarkt des Buches um ein bestimmtes Publikum. Das Sortiment übernimmt damit nicht nur Funktionen, die dem Handel eigen sind<sup>54)</sup>, sondern auch eine Vielzahl kleinerer, aber wichtiger Dienstleistungen, die — neben wenigen denkbaren Ausnahmen in anderen Wirtschaftsbereichen — einmalig sind<sup>55)</sup>.

Ebenso wie man dem Buch, gerade im Zusammenhang mit der jüngsten Diskussion um die vertikale Preisbindung, im Marktbereich die Eigenschaft, zugleich Kulturgut zu sein, abstreitet, verneint man jegliche kulturelle Wirkung buchhändlerischer Tätigkeit. Aus der Fülle der Beispiele vergangener Jahrhunderte wie der jüngsten Zeit seien zwei Meinungen zitiert, die nicht nur noch heute, sondern auch in der Zukunft ihre Bedeutung nicht verlieren werden.

„Mit vollem Recht hat man auch die Höhe der geistigen Entwicklung eines Volkes nach dem Stande und der Vollkommenheit des Buchhandels bemessen, welchem die Aufgabe obliegt, die geistigen Erzeugnisse über die Fortschritte und Entdeckungen auf allen Gebieten des menschlichen Wissens und Fleißes den

---

<sup>52)</sup> Vgl. Hermann, Wolf, Über buchhändlerisches Selbstverständnis, in: Der neue Vertrieb, 15. Jg., Nr. 344, Flensburg 1963, S. 680—683.

<sup>53)</sup> Vgl. Falter, H., Les risques en matière d'édition, Paris 1963, unveröff. Arbeit; Menz, G., Kulturwirtschaft, a.a.O., S. 95.

<sup>54)</sup> Hiller, H. und Strauß, W. (Hrsgb.), Der vertreibende Buchhandel, a.a.O., S. 162—198.

<sup>55)</sup> Mayer, Hans-Otto, Der Buchhändler und sein Kunde, in: Almanach des Verlages Georg D. W. Callwey, München 1963, S. 9. Vgl. auch Schütze, M., Einige Regeln für die Kundenbehandlung, in: Das Gesicht des Buchhändlers, Düsseldorf-Wien 1963, S. 13. Vgl. zu den Aufgaben buchhändlerischer Tätigkeit Meyer-Dohm, P., Uhlig, Chr., a.a.O., S. 28—31.

weitesten Kreisen zugänglich zu machen.“ . . . „Wir werden Feinde genug haben, denen unsere Bestrebungen in der Literaturverbreitung lächerlich erscheinen, auch solche, denen sie zu erhaben und idealistisch dünken“ <sup>56)</sup>).

In Ergänzung hierzu zeigt Köster mit aller Deutlichkeit, daß gerade die Verbindung ökonomischer Tatsachen mit ideellen Aufgaben beiden Aspekten, je nach Veranlagung des Buchhändlers, mehr oder minder stark Rechnung trägt und so dem wirtschaftlichen Erfolg wie der kulturellen Wirkung zum Ziel verhelfen kann. „So wird der geistige Wert des Buches keineswegs durch seinen gleichzeitigen Warencharakter beeinträchtigt. Er scheint diesen vielmehr gerade zu fordern, dergestalt, daß dem Gehalt des Buches erst, wenn die haushälterische, wirtschaftliche Betreuung von einem persönlich verantwortlichen, unternehmenden Buchhändler getragen und ausgeübt wird, zu der ihm gemäßen Materialisation und zu der seiner Kraft entsprechenden Auswirkung verholten werden kann“ <sup>57)</sup>.

Wenn man nun dem Sortiment eine Funktion bei der literarischen Geschmacksbildung zuerkennt, muß die Institution der vertikalen Preisbindung im Buchhandel anerkannt werden, weil erst auf dieser Basis kulturelle Betätigung, sei es bewußt oder unbewußt, wachsen kann <sup>58)</sup>.

Jene Autoren, die dem Buch und dem Buchhandel im Markt jede kulturelle Funktion abstreiten und darüber hinaus die Aufhebung der vertikalen Preis-

---

<sup>56)</sup> Hartmann, Otto, Die Entwicklung der Literatur und der Buchhandel, Leipzig 1910, S. 204—209. — Zum Problem der kulturellen Wirkung buchhändlerischer Tätigkeit vgl. auch Göschen, G. J., Meine Gedanken über den Buchhandel und über dessen Mängel, meine wenigen Erfahrungen und meine unmaßgeblichen Vorschläge, dieselben zu verbessern, Leipzig 1925; S. 6; Frischlin, Nikodemus, Ist der Buchhändler ein Kaufmann mit schlechtem Gewissen?, in: Bertelsmann Briefe, Heft 16, Gütersloh 1962, S. 8; Oldenbourg, Fr., Buch und Bildung, München 1925, S. 63—65.

<sup>57)</sup> Köster, Hans, Buch und Leben, Potsdam 1938, S. 78; vgl. auch Balmer, H. R., Selbstbehauptung des Buchhandels, Olten 1960, S. 7/8; Zbinden, Hans, Vom Buchklima unserer Zeit, Zürich 1953, S. 40—42; Rüegg, W., Der gesellschaftliche Sinn des Buchhändlers, Olten 1962, S. 17—24; Röpke, W., Der wirtschaftliche Standort des Buchhändlers, Olten 1959, S. 10; Picquot, Raymond, Je suis Libraire, Paris 1955, S. 22 ff.

<sup>58)</sup> Obwohl im Kartellbericht der Buchhandel einerseits als kulturell bedeutungsvoll anerkannt wird, glaubt man andererseits „nach den bisherigen Erfahrungen“ (es wird nicht gesagt, wo und wann diese Erfahrungen gewonnen wurden), daß die vertikale Preisbindung „nicht Bedingung für die Entwicklung oder Existenz eines leistungsfähigen Buchhandels“ ist; doch bleibt man den Beweis schuldig. Vgl. Kartellbericht, a.a.O., S. 34.

bindung auch für Bücher fordern, fördern eine Entwicklung zum Konformismus, von dem Tillich sagt, „er sei eine weniger brutale, aber wirksamere Methode als die Diktatur“<sup>59)</sup>.

Im Zuge dieser Entwicklung, die unter anderem zur Konzentration auf der Verlagsstufe führt und dadurch dem Leser den direkten Kontakt mit Büchern erschwert, wird die Zahl der Selbständigen, die im Gegensatz zur Steigerung der Nicht-Selbständigen bisher konstant blieb, abnehmen und der fortschreitenden Tendenz zur „Organizational Revolution“ (Boulding) neuen Antrieb verleihen.

Der selbständige Buchhandel als Teil eines gesunden auf ökonomischen, sozialen und ethischen Postulaten basierenden Mittelstandes<sup>60)</sup> wird ohne vertikale Preisbindung seine vielfältigen, anerkannten Funktionen innerhalb der freiheitlichen Wirtschaftsordnungen nicht mehr erfüllen können. Selbst wenn durch die Aufhebung der vertikalen Preisbindung im Buchhandel preispolitische Vorteile — die nicht unbedingt eintreten müssen und, wenn überhaupt, dann im Verhältnis zum gebundenen Ladenpreis gering sein werden — erzielt werden könnten, müßten im Zuge einer freiheitlichen Mittelstandspolitik<sup>61)</sup>, die sowohl wirtschaftliche wie sozialpolitische Ziele berücksichtigt, die gegenwärtigen Organisationsformen des Buchhandels bestätigt, eventuell sogar gefestigt werden.

So kann festgestellt werden, daß der feste Ladenpreis im Buchhandel es ermöglichen kann, das Problem der „Literatur im industriellen Zeitalter“<sup>62)</sup> zu lösen, und klarstellen, daß „das Junktim vorwiegend kulturell geistigen Aufstiegs und materieller Ausführung so eng ist, daß die Vernachlässigung der einen Komponente den Erfolg in der anderen in Frage stellt“<sup>63)</sup>.

#### d) Buch, Buchhandel und Öffentlichkeit

Die Harmonie der Verflechtung wirtschaftspolitischer mit kulturpolitischen Wirkungen zeigt sich besonders in der „kulturellen Öffentlichkeitsarbeit“<sup>64)</sup> des

<sup>59)</sup> Tillich, Paul, zitiert bei Grundmann, H., Buchhandel und Gesellschaft, a.a.O., S. 1077.

<sup>60)</sup> Vgl. bezüglich der Ziele der Mittelstandspolitik: Erhard, L., Vorwort zu „Die Bundesrepublik fördert den Mittelstand, ferner Regierungserklärung vom 20. Oktober 1953, Abschnitt II; Aktionsprogramm der SPD, Dortmunder Parteitag am 28. September 1952. Vgl. auch Kartellbericht, a.a.O., S. 30/31.

<sup>61)</sup> Vgl. Lutz, A. F., Der Mittelstand und die ethischen Normen der Wirtschaft, in: Der Mittelstand in der Wirtschaftsordnung heute, Heidelberg 1959, S. 18: Lutz sieht den Vorzug des mittelständischen Unternehmens nicht in einer erhöhten Produktivität und Rentabilität, d. h. nicht in rein wirtschaftlicher, sondern in wirtschaftlich-ethischer Natur.

<sup>62)</sup> Köhler, Oskar, Die Literatur im industriellen Zeitalter, Eltville 1960, S. 22.

<sup>63)</sup> Balmer, H. R., a.a.O., S. 8.

<sup>64)</sup> Meyer-Dohm/Uhlig, a.a.O., S. 36.

Buchhandels. Bei der Würdigung des Buches und des Buchhandels in der Öffentlichkeit ist zunächst auf die Mitwirkung bei der Schaffung des Urheberrechts (1870) hinzuweisen.

Mit der ersten Veröffentlichung des „Börsenblatts für den Deutschen Buchhandel“ im Jahre 1834 wurde nicht nur ein hervorragendes Fach- und Verbandsorgan geschaffen, sondern auch ein Weg, die Ideen hervorragender Persönlichkeiten weitesten Bevölkerungsschichten zugänglich zu machen.

Die Gründung der Deutschen Bücherei in Leipzig im Jahre 1913, die in anderen Ländern zu ähnlichen Einrichtungen führte, gilt noch heute — nach dem Krieg seit 1947 die „Deutsche Bibliothek“ in Frankfurt — als Markstein buchhändlerischer Tradition und Deutscher Bibliographie.

In unermüdlicher Aufbauarbeit wurden nach 1945 wieder wirtschaftliche und kulturelle Verbindungen mit dem Buchhandel im Ausland gepflegt. So konnten von 1950 bis einschließlich 1960 in 29 Ländern repräsentative Buchausstellungen in 116 Städten veranstaltet werden<sup>65)</sup>, wobei man später die ausgestellten Bücher dem gastgebenden Land überließ.

Besondere Beachtung verdienen Dichterlesungen, Vorträge, Kunst- und Buchausstellungen<sup>66)</sup>, die meist keinen erkennbaren Gewinn haben, und wenn doch, so wird er von den Kosten der Veranstaltung um ein Vielfaches übertroffen.

Der Verbreitung des Jugendbuches widmet der Sortimentler seine Aufmerksamkeit in besonderem Maße, damit fördert der Buchhandel die Bildung des einzelnen, die „das ganze Leben hindurch wirksam bleibt und so ein dauerndes Wachsen des geistigen Menschen ermöglicht“<sup>67)</sup>. Neben zahlreichen Lese- und Aufsatzwettbewerben, die von einzelnen Buchhandlungen veranstaltet werden, erfreuen sich die Jugendbuchausstellungen<sup>68)</sup> regen Zuspruchs.

Zur Förderung und Verbreitung des guten Jugendbuches wird jährlich der Jugendbuchpreis verliehen<sup>69)</sup>.

Nicht minder wichtig ist die Bedeutung des Buchhandels für die Universitätsbibliotheken und Volksbüchereien.

Wohl den größten Einfluß auf die öffentliche Meinung erzielt die jährliche Buchausstellung in Frankfurt, die Verlegern, Buchhändlern und darüber hinaus allen buchverbundenen Kreisen in eindrucksvoller Art die Veröffentlichungen des In- und Auslandes zeigt. Dabei erreichte der Anteil des Buchangebots aus

<sup>65)</sup> Buch und Buchhandel in Zahlen, Frankfurt a. M. 1962, S. 62.

<sup>66)</sup> Grundmann, H., Kulturelle Betätigung im Buchhandel, BBl 1962/72, Sonderdruck, S. 4/5.

<sup>67)</sup> Bamberger, R., Jugendlektüre, Wien 1955, S. 280. Zum Problem der Literaturerziehung vgl. S. 327 ff.; vgl. auch Probleme der Jugendliteratur, Ratingen 1956, und Langfeldt, J., Volksbildung als Aufgabe, Köln 1953.

<sup>68)</sup> Grundmann, H., Kulturelle Betätigung im Buchhandel, BBl 1962/72, Sonderdruck, S. 4/5.

<sup>69)</sup> Buch und Buchhandel in Zahlen, a.a.O., S. 61/62.

den 29 vertretenen Ländern im Jahre 1961 über 60 v. H.<sup>70)</sup>. Diese bedeutendste aller Buchmessen fördert nicht nur das Verständnis der Völker füreinander, sondern ermöglicht auch einen ständigen und lebhaften Kulturaustausch.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, daß für Literatur und Gesellschaft, Verlagswesen, Buchhandel und kulturelle Öffentlichkeitsarbeit sowohl wirtschaftliche wie kulturelle Kräfte wirksam werden müssen, damit literarisches Leben existiert und blüht.

In ganz entscheidendem Maße werden die kulturellen Wirkungen erst durch die vertikale Preisbindung im Buchhandel ermöglicht. Gerade das System des festen Ladenpreises läßt den Sortimenten in Kenntnis seiner kulturpolitischen Aufgabe auf der kulturellen Ebene aktiv werden. Es scheint wichtig, darauf hinzuweisen, daß nicht so sehr ein möglicher, preispolitischer Vorteil für den Leser bei Verbot der vertikalen Preisbindung für Verlagserzeugnisse in entscheidendem Maße bestimmend sein könnte, als vielmehr der nicht quantifizierbare Nachteil für die kulturelle Entwicklung der Gesellschaft, wenn die kulturelle Tätigkeit buchhändlerischer Privatinitiative fehlt.

So kann der Buchhandel mit Befriedigung feststellen, daß auf internationaler Ebene eine Resolution angenommen wurde, die das System der festen Ladenpreise für die Ausübung der buchhändlerischen Funktionen als unerläßlich betrachtet und der Vermittlerfunktion des Buchhandels die ihr gebührende Stellung innerhalb der Kulturgesellschaft einräumt<sup>71)</sup>.

Darüber hinaus wendet sich die Internationale Arbeitsgemeinschaft von Sortimenter-Vereinigungen (IASV) mit einem Appell an die Öffentlichkeit und an die Regierungen der 17 Mitgliedsländer, dessen Inhalt nicht nur das Verbindende von wirtschaftlichen mit kulturellen Elementen charakterisiert, sondern gerade zwei ihrer wesentlichsten Postulate formuliert<sup>72)</sup>:

---

<sup>70)</sup> Buch und Buchhandel in Zahlen, a.a.O., S. 49/50.

<sup>71)</sup> Bookselling, Buchhandel, La vente du livre, Ein Weg zur Internationalen Verständigung, London 1959, The Hague, S. 29—32.

<sup>72)</sup> Bookselling, IASV (Hrsg.), a.a.O., S. 32.

Extrakt der Resolution, angenommen auf der dritten Generalversammlung der IASV in London 1959:

1. Eine der wichtigsten Voraussetzungen für einen aktiven und sozial bedeutenden Buchhandel ist der feste Ladenpreis.
2. Der feste Ladenpreis schließt nicht die Konkurrenz der Verlage aus, sondern gibt nur dem Käufer die Gelegenheit, dasselbe Buch zum selben Preis überall zu kaufen.
3. Der feste Ladenpreis beseitigt die für das Buch unmögliche Preiskonkurrenz und bewirkt den notwendigen Kundendienst.
4. Der feste Ladenpreis versetzt den Buchhändler in die Lage, sein Sortiment nach anderen als rein kaufmännischen Gesichtspunkten zusammenzustellen und Bücher zu führen, die notwendig sind, aber kaum schnell verkauft werden können.
5. Der feste Ladenpreis besitzt eine Höchstpreisfunktion zugunsten der Buchkäufer.

- a) im Sinne des UNESCO Abkommens von 1950, des ‚free flow of books‘, die Bücher als Geistesgut und nicht als Ware zu betrachten und ihnen völlige Abgaben- und Lastenfreiheit im internationalen Verkehr zuzugestehen und die Einfuhrkontingente aufzuheben;
- b) das Prinzip der vertikalen Preisbindung, des festen Ladenpreises, als eine für die Erfüllung der kulturellen Funktionen des Buchhandels notwendige Einrichtung zu schützen und demgemäß in den bestehenden oder zu erlassenden Gesetzen Ausnahmebestimmungen für den Buchhandel aufzunehmen, um den festen Ladenpreis für Bücher zu sichern.

Zur Aufrechterhaltung der Wirtschaftsordnung, die sich an wirtschaftlichen, soziologischen und ethischen Postulaten orientiert, scheint ein gesunder, weitverzweigter Buchhandel erforderlich zu sein, der auf der Basis des festen Ladenpreises konkurrenzwirtschaftliche Kräfte wirksam werden läßt, gleichzeitig aber den kulturellen Anforderungen in einem Maße gerecht werden kann, die eine marktwirtschaftliche Entwicklung in Freiheit gewährleistet.

Nachdem nun die wechselseitige Wirkung wirtschaftlicher Faktoren und kultureller Aufgaben im Buchhandel herausgestellt wurde, müssen Kriterien gefunden werden, nach denen sich beurteilen läßt, wie und ob überhaupt der vertikalen Preisbindung für Verlagserzeugnisse in der Wettbewerbsordnung Rechnung getragen wird.

### *3. Die Rechts- und Wirtschaftsordnungen westlicher Länder als Untersuchungskriterium für die Stellung der vertikalen Preisbindung von Verlagserzeugnissen innerhalb der jeweiligen marktwirtschaftlichen Konzeption*

Die grundsätzliche Konzeption marktwirtschaftlicher Ordnungen beruht auf dem Wettbewerbsprinzip, das gleichzeitig Triebfeder und Regulator des Wirtschaftsprozesses ist. Während der Leistungsansporn durch den Wettbewerb in den Wirtschaftssystemen der westlichen Länder noch gleichartige Wirkungen zeigt, wird die regulierende Funktion in mehr oder weniger ausgeprägter Form durch wirtschaftliche, soziale, ethische und geschichtliche Momente beeinflusst. Diese bedeutendere der beiden Wettbewerbsfunktionen wird in ihrer allgemeinen Wirkung durch die vertikale Preisbindung im Buchhandel nicht notwendigerweise beeinträchtigt. Der Preisbildungsprozeß vollzieht sich zwischen den miteinander in Wettbewerb stehenden Verlagen, die infolge der Heterogenität der Bücher und des Urheberrechts auf dem so geschaffenen Privatmarkt den Buchpreis für den Leser festsetzen. Hinzu kommt, daß der Preisbildungsvorgang die gebundenen Buchpreise auch durch die Konkurrenz der Sortimentsbuchhandlungen untereinander beeinflusst, abgesehen davon, daß eine Preisbildung bei jährlicher Veröffentlichung von über 20 000 Titeln den einzelnen Sortimentern nicht nur unverhältnismäßig hoch belastet, sondern ihn auch von den kulturellen Pflichten abhält, die dem nur wirtschaftlichen Denken zum Opfer zu fallen scheinen.

Die wirtschaftspolitischen Prinzipien der verschiedenen Länder, die die graduellen Verschiedenheiten bei der Verwirklichung des Preiswettbewerbs bedingen, lassen ebenfalls erkennen, wie das System des festen Ladenpreises im Wirtschaftsgefüge berücksichtigt wird.

Gleichzeitig wird an einem konkreten Beispiel sichtbar, inwieweit die Marktwirtschaften westlicher Länder vom traditionellen ‚laissez faire‘ Modell abweichen<sup>73)</sup>.

Der im vorausgegangenen gekennzeichneten Bedeutung buchhändlerischer Aktivität in Wirtschaft und Gesellschaft wird in der Wettbewerbspolitik der einzelnen Staaten in verschiedenem Maße Rechnung getragen. An drei Kriterien läßt sich herausstellen, wie und ob überhaupt die Problematik der vertikalen Preisbindung für Verlagserzeugnisse berücksichtigt wird.

#### Das „reine“ Modelldenken in der wirtschaftlichen Wirklichkeit

Obwohl die Diskrepanz zwischen dem Modell der vollkommenen Konkurrenz und dem der wirtschaftlichen Wirklichkeit nahezu unüberwindbar ist, zeigen sich immer wieder Bestrebungen, die Wettbewerbswirtschaften dahingehend zu beeinflussen, daß die wirtschaftlichen Prämissen dieses Modells zumindest annähernd erreicht werden. Ungeachtet der naturbedingten Heterogenität der Ware Buch bedeutet dies, daß die Kräfte von Angebot und Nachden. Ob man damit dem Ziel des ‚vollkommenen Wettbewerbs‘ wirklich näherkommt oder ob man durch die Vernachlässigung anderer Postulate möglicherweise einen Nachteil einhandelt, soll am Beispiel der vertikalen Preisbindung im Buchhandel auf einigen Märkten dargestellt werden, auf denen horizontale wie vertikale Bindungen grundsätzlich verboten sind.

#### Die Berücksichtigung metaökonomischer Wirkungen bei Verwirklichung marktwirtschaftlicher Prinzipien

In Wirtschaftssystemen, in denen ein Nebeneinander von systemdifferenten Elementen die Funktionsfähigkeit des Wirtschaftsprozesses nicht beeinträchtigt, werden horizontale und vertikale Abmachungen in Ausnahmefällen grundsätzlich wirksam bleiben, dies in besonderem Maße, wenn sie nicht nur danach beurteilt werden, ob sie systemdifferent, sondern danach, ob sie mit der vorhandenen Ordnung vereinbar sind. In wirtschaftspolitischer Beurteilung wird die vertikale Preisbindung im Buchhandel als „systemadäquat“ zu bezeichnen sein; schließt man die kulturellen Wirkungen mit ein, so kann in dieser Hinsicht sogar von einem „systemfördernden“ Element gesprochen werden.

<sup>73)</sup> Vgl. Hoover, Calvin B., The Relevance of the competitive, laissez-faire economic model to modern capitalistic national economies, in: *Kyklos*, Vol. VIII, Basel 1955, S. 40—58. Mit diesem Artikel schaffte Hoover die Basis zu einer vergleichenden Darstellung der Wirtschaftsverfassung westlicher Länder.

Die vertikale Preisbindung für Verlagserzeugnisse als natürliche Ausnahmeerscheinung innerhalb der Gesamtwirtschaft

Als dritte und letzte Möglichkeit, das System des festen Ladenpreises im Rahmen der Wirtschaftsordnungen einzugliedern, bieten sich Wirtschaftssysteme an, in denen Kartellvereinbarungen und Vertriebsbindungen zum Merkmal der Wirtschaft gehören, und solche, in denen die Ausnahmestellung der vertikalen Preisbindung für Verlagserzeugnisse anerkannt wird.

Rückblickend kann festgehalten werden, daß in den Wirtschaftssystemen westlicher Länder die vertikale Preisbindung im Buchhandel

- unter rein wettbewerbspolitischen Gesichtspunkten,
- unter Berücksichtigung kultureller Wirkungen und
- als typische Ausnahmeerscheinung

beurteilt werden kann.

Es soll nun versucht werden, einige westliche Länder in diese Einteilung einzuordnen und die sich daraus ergebenden Konsequenzen zu untersuchen.

## **II. Der Buchmarkt in Wirtschaftssystemen, die das Ideal des freien Preiswettbewerbs möglichst vollständig und ausnahmslos zu verwirklichen suchen**

Die Forderung der modernen Volkswirtschaften nach Wohlstandsmehrung hängt zu einem nicht unbeträchtlichen Teil von den für das gesellschaftliche Leben bedeutsamen ethischen Zielsetzungen ab. Insofern sind die Auswirkungen der Rechts- und Wirtschaftsordnung auf die marktwirtschaftlichen Verhältnisse im allgemeinen und auf die des Büchermarktes im besonderen von weittragender Bedeutung.

Selbst in Ländern, in denen der Preiswettbewerb Hauptparameter der wirtschaftlichen Konkurrenz ist, in denen also der individualistische Gedanke vernachlässigt wird, da sich Darstellung und Ergebnis der wirtschaftlichen Daten in quantitativen Beziehungen erschöpfen, lassen sich verschiedene wirtschaftliche und soziale Erscheinungen und Vorgänge abschätzen, die die jeweilige Situation zu charakterisieren vermögen.

### *1. Zur Problematik der vertikalen Preisbindung für Verlagserzeugnisse in der amerikanischen Wirtschaft*

#### **a) Die wirtschaftsgeschichtliche Entwicklung**

Es ist festzuhalten, daß im Hinblick auf Europa einige Besonderheiten des amerikanischen Buchmarktes herauszustellen sind, die nicht ohne Einfluß auf eine mögliche Beurteilung sein werden.

Hier ist in erster Linie auf die übermäßige Intensität des Preiswettbewerbs bei Büchern hinzuweisen. Die großen Warenhäuser verkaufen z. B. 'Bestseller'

nicht nur ohne Gewinn, d. h. zum Einkaufspreis (Nettopreis), sondern vielfach auch noch unter den Selbstkosten; so „that the peculiar conditions of the book trade make underselling not legitimate competition, but cutthroatism“<sup>1)</sup>).

Zu diesen negativen Auswirkungen auf das verlegerische Angebot kommt die Neigung hinzu, das Buch wie jede andere Ware zu behandeln. Insofern wird auch die europäische Auffassung, daß der Buchhandel kulturelle Aufgaben erfüllen kann, nicht geteilt.

Abgesehen von der unterschiedlichen Entwicklung buchhändlerischer Tradition, wird die Vertriebsstruktur durch die geographischen Gegebenheiten beeinflusst. Während sich schon im Laufe des vergangenen Jahrhunderts keine Festpreisregelung im Buchhandel durchsetzen konnte<sup>2)</sup>, „which would permit it to enjoy the benefits of competition without its penalties“<sup>3)</sup>, gelang es auch nach Einführung des Sherman Act<sup>4)</sup> nicht, eine einheitliche Regelung zu schaffen.

Die Bestrebungen um ein festes Ladenpreissystem fanden ihren Niederschlag in der Gründung der American Publishers Association im Jahre 1900 und der der American Booksellers Association im Jahre 1901<sup>5)</sup>. Wurden zunächst nur die Preise der wissenschaftlichen Bücher gebunden, wobei das ‚Net Book Agreement‘ Englands Pate gestanden hat, so folgte ab 1902 schrittweise auch die Preisbindung für Unterhaltungsliteratur, so daß im Jahre 1910 96% der Buchpreise gebunden waren und der Übergang zur Institution der vertikalen Preisbindung im Buchhandel der Vereinigten Staaten abgeschlossen zu sein schien<sup>6)</sup>. Doch hatte das New Yorker Kaufhaus R. H. Macy schon im Jahre 1902 einen Prozeß angestrengt, daß die vertikale Preisbindung gegen das Federal Antitrust Law verstoße. Während dieser Rechtsstreit erst 1914 zugunsten der Macy Co. entschieden wurde und mit der Auflösung der Preisbindungskonvention endete, war seit dem Jahre 1911 in Sachen Dr. Miles Medical Co. v. Park & Sons Co. schon entschieden, daß nach dem Sherman Act auch vertikale Preisbindungen verboten waren<sup>7)</sup>.

In Ergänzung zum Sherman Act wurde am 15. Oktober 1914 der Clayton Act in Kraft gesetzt, der insbesondere die vertikalen Beziehungen behandelte. Mit der Billigung des Federal Trade Commission Act vom September 1914

---

<sup>1)</sup> Publishers' Weekly, April 19, 1890, S. 529.

<sup>2)</sup> Vgl. Sheehan, Donald, This Was Publishing, Bloomington 1952, S. 199—238.

<sup>3)</sup> Sheehan, D., a.a.O., S. 199.

<sup>4)</sup> Sherman Act, Approved July 2, 1890, As amended by Public, No. 314, 75 th Congress, August 17, 1937. Vgl. Favre-Gilly Ch., La Politique Des Prix Fixés, Tome 12, Paris 1925.

<sup>5)</sup> Sheehan, D., a.a.O., S. 224/225 und S. 230; auf einem American Bookseller Association Prospekt wird das Gründungsdatum 1900 angegeben.

<sup>6)</sup> Publishers' Weekly, May 11, 1912, S. 1547.

<sup>7)</sup> Persönliche Anfrage des Verfassers beim General Counsel, FT Commission.

wurde eine Institution geschaffen, die den Verbraucher vor falscher Werbung und abgeschmackten Geschäftsmethoden schützen und einen freien und fairen Wettbewerb aufrechterhalten sollte.

Im Jahre 1927 versuchte die American Booksellers Association durch Annahme eines ‚Code of Ethics‘ die Besonderheiten buchhändlerischen Schaffens herauszustellen und so dem Übergreifen der vernichtenden Preiskämpfe der großen Warenhäuser in den eigenen Reihen vorzubeugen.

So heißt es im Art. 1 Abs. 2: „The business of bookselling is highly honorable and distinctly educational. It is more than the mere bartering of goods“<sup>8)</sup>.

Entscheidend für die Preisbindung waren jedoch Art. IV Abs. 8: „No one in his capacity as a buyer, shall accept any personal gratuity, commission, allowance, or indirect profit in connection with any purchases, and it is unethical for the seller to offer any“, und Art. V Abs. 3: „Granting a discount to a retail purchaser is bad practice. This unjustly creates a favored class and is the first step toward financial disaster“<sup>9)</sup>. Seit der Annahme des Code durch die American Booksellers Association im Mai 1927 in New York waren in den meisten Staaten die ‚Fair Trade Laws‘ in Kraft getreten, die eine Preisunterbietung preisgebundener Bücher untersagten.

Darüber hinaus kam es 1934 zur Aufstellung einer amerikanischen Verkaufsordnung für Buchhändler, deren wichtigste Bestimmung die Festlegung des Ladenpreises war<sup>10)</sup>. Mit der Anerkennung durch die National Recovery Administration schien sich eine Regelung der vertikalen Preisbindung auf Bundesebene durchzusetzen. Durch eine Entscheidung des Supreme Court Anfang 1935 jedoch wurde dieser Entwicklung frühzeitig ein Ende gesetzt.

Ein weiteres Gesetz auf Bundesebene trat am 19. Juni 1936 in Kraft. Der Robinson-Patman Antidiscrimination Act garantiert, daß der Produzent, der einen Einzelhändler beliefert, allen anderen Einzelhändlern die gleichen Lieferbedingungen gewähren muß.

Als am 17. August 1937 der Miller-Tydings Resale Price Maintenance Act in Kraft trat, konnten in Verbindung mit den Fair-Trade Gesetzen feste Ladenpreise durchgesetzt werden. Die wichtigste Bestimmung, die in § 1 des Sherman Act eingefügt wurde, lautet: „That nothing herein contained shall render illegal, contracts or agreements prescribing minimum prices for the resale of a commodity which bears, or the label or container of which bears, the trade

---

<sup>8)</sup> Code of Ethics For The American Booksellers Association, Art. 1, S. 491.

<sup>9)</sup> Code of Ethics, a.a.O., Art. IV und V, S. 492/493.

<sup>10)</sup> Vgl. Vaternahm, Herbert, Der Deutsche Buchhandel und seine Organisation im Vergleich zu Frankreich, England und den Vereinigten Staaten von Amerika, Limburg an der Lahn 1937, S. 199/200.

mark, brand or name of the producer or distributor of such commodity and which is in free and open competition with commodities of the same general class produced or distributed by others, . . . " <sup>11)</sup>).

Trotz der Unübersichtlichkeit der rechtlichen Regelungen der Fair-Trade Laws ist die Fair-Trade Gesetzgebung in nur 4 von 44 aufgeführten Staaten „unconstitutional“. Wie aus den Tabellen auf den folgenden Seiten ersichtlich ist, sind in 15 Staaten, darunter die dichtestbesiedelten Gebiete der Vereinigten Staaten, nicht nur Mindest-, sondern auch Festpreise zugelassen. Aufschlußreich ist weiterhin die Tatsache, daß in ungefähr der Hälfte aller Staaten die non-signer-Klausel <sup>12)</sup> als „constitutional“ gilt.

Mit der Verabschiedung des McGuire Act als Ergänzung zum Federal Trade Commission Act am 14. 7. 1952 wurden neben den Mindest- und Festpreisen auch die Verfolgung von ‚non-signers‘ im zwischenstaatlichen Handel zugelassen.

## b) Strukturmerkmale und Wettbewerbslage

Überblickt man die Entwicklung der vertikalen Preisbindung im Buchhandel seit Einführung des ‚Federal Antitrust Law‘, so zeigt sich hier ebenso wie bei der Untersuchung Hoovers über die Anwendbarkeit des klassischen Konkurrenzmodells für die amerikanische Wettbewerbswirtschaft der kontroverse Charakter. Es ist nicht uninteressant, diese verschiedenen Auffassungen zu kennen, da sie die vertikale Preisbindung in weitem Maße berühren. Einerseits soll die Konkurrenz trotz zahlreicher und wachsender Unternehmungszusammenschlüsse noch wirksam sein, andererseits kann nicht von einem Preisbildungsprozeß auf Grund des Wettbewerbs gesprochen werden, bei dem es „durch große Produktionseinheiten und umfassende Verhandlungseinheiten (bargaining units)“ <sup>13)</sup> zu einer „organizational economy“ derart komplexer Natur kommt.

So ist im Hinblick auf die gesetzlichen Bestimmungen in den USA bedenklich, von einem Büchermarkt ohne Preisbindung zu sprechen. Sowohl in der Vergangenheit wie in der Gegenwart konnten und können Preisbindungsverträge abgeschlossen werden <sup>14)</sup>; allerdings ist das wirtschaftliche Ausmaß dieser Möglichkeit gering und wird zudem von offiziellen Stellen wie dem Department of Justice und der Federal Trade Commission mißbilligt.

---

<sup>11)</sup> Miller-Tydings Resale Price Maintenance, Extract from Public — No. 314 — 75 th Congress, Chapter 690 — first Session H. R. 7472, approved, August 17, 1937.

<sup>12)</sup> Das heißt, selbst die Nichtvertragsparteien (nonsigners) sind an Preisbindungsverträge gebunden, sobald sie davon Kenntnis haben oder haben müßten.

<sup>13)</sup> Hoover, Calvin B., a.a.O., S. 57 und S. 41 ff.

<sup>14)</sup> Vgl. Barker, R. E., Books For All, UNESCO, Paris 1956, S. 14.

Trotz dieser Sachlage und weiteren Merkmalen, die im folgenden dargestellt werden, lassen sich auch hier die Besonderheiten des Buchhandels erkennen, die selbst nach der wirtschaftlichen Gleichstellung mit den Markenartikeln zutage treten.

Die geringe Streuung von Buchhandlungen in den Vereinigten Staaten erklärt sich nicht nur aus dem nivellierenden Einfluß von Rechts- und Wirtschaftsordnung, sondern auch aus der Neigung, im Buch eine Ware wie jede andere zu sehen. Immerhin betonen einige den kulturellen Charakter des Buches und der buchhändlerischen Schaffenskraft<sup>15)</sup>. Doch blieb ihr Einfluß so gering, daß die allgemeine Neigung, Bücher zu lesen, nicht mit derjenigen in Europa zu vergleichen ist<sup>16)</sup>.

So ist es nicht verwunderlich, daß es in den USA nur etwa 1200 Buchhandlungen gibt, von denen kaum 50 Buchhandlungen europäischen Maßstäben entsprechen und etwa zwischen 3000 und 25 000 Titel auf Lager haben<sup>17)</sup>, davon 3000 bis 5000 Titel der jeweiligen Jahresproduktion. Die geringe Dichte wohlsortierter Buchhandlungen, die durch das Vorhandensein vieler tausend Buchverkaufsstellen (outlets) nur noch eindrucksvoller wirkt, erklärt sich zu einem großen Teil aus der Vertriebsstruktur im Buchhandel. Von den 4 üblichen Distributions-Methoden sind zwei dem Sortiments-Buchhandel besonders abträglich, das ist einmal der Direktverkauf vom Verlag zum Kunden, der ungefähr 50% des Buchgeschäfts ausmacht, und zum anderen der Verkauf an Zeitungsständen und in ‚drugstores‘.

Die Begründung Lehmann-Haupts, warum ein so großer Teil der neuen Bücher im Direktverkauf abgesetzt wird, läßt erkennen, zu welchen Maßnahmen sich Verleger entschließen müssen, wenn kein weitverzweigtes und gesundes Sortimenternetz besteht: „By direct control he can maintain a desirable uniformity of prices, he can be sure his sales plan is carried out as he would wish it, and he can press for national coverage of distribution through his own agents to all schools, by canvassers to all homes, or on newsstands in every town and hamlet“<sup>18)</sup>.

So ist es nicht verwunderlich, daß sich ungefähr 600 Verlage, die im Literary Market Place aufgeführt sind, in die Veröffentlichung von nur 13 000 Titeln pro Jahr teilen. Allerdings ist dabei zu berücksichtigen, daß die Durch-

---

<sup>15)</sup> Vgl. Lacy, D., Books and the Future, in: Bowker Lectures on Publishing, New York 1957, S. 336 ff.

<sup>16)</sup> Vgl. Balmer, C. D., The Book Traveller, in: Chandler, Ch. B., What happens in Book Publishing, New York 1957, S. 193 f.; Lacy, D., a.a.O., S. 345 f., Lehmann-Haupt, Hellmut, The Book in America, New York 1951, S. 416.

<sup>17)</sup> Die statistischen Angaben stützen sich auf die Ausführungen von Miller, W., The Book Industry, New York 1949, The Book Markets, S. 83 ff.

<sup>18)</sup> Lehmann-Haupt, Hellmut, a.a.O., S. 373.

schnittsauflagen in Amerika diejenigen der europäischen Länder um ein Vielfaches übersteigen und so der Auflagengröße in der UDSSR entsprechen, die mit über 56 000 Titeln<sup>19)</sup> pro Jahr weit an der Spitze liegt.

Bedenkt man nun, daß für das allgemeine Literaturangebot ein auf langer Tradition beruhender Mittelstand risikofreudiger Buchhändler und Verleger sowie eine einflußreiche literarisch-gebildete Schicht unerläßlich sind, so ist der Auffassung beizupflichten, daß die in Millionenauflagen erscheinenden populären ‚magazines‘ und ‚bestsellers‘ als pocket-books nur zu geistigem Konformismus führen können<sup>20)</sup>.

Die im Jahre 1939 einsetzende Produktion preiswerter Buchausgaben erreichte 1947 schon einen Verkauf von 95 Millionen paper-backs, so daß die Verkäufe im Jahre 1952 mit 270 Millionen Exemplaren bereits ein Drittel der gesamten Buchherstellung ausmachten<sup>21)</sup>. Im Jahre 1956 schätzte man den Gesamtverkauf auf 2 Milliarden Taschenbücher bei 12 000 verschiedenen Titeln<sup>22)</sup>. Diese Tatsachen, die die Kommerzialisierung des Verlagswesens und Buchhandels vorantrieben, sowie das Fehlen eines Systems fester Ladenpreise bedeuten „the main drawbacks in American book business“<sup>23)</sup>. Der Versuch, weite Kreise durch das preiswerte Buch zu erfassen, ist nur dann gerechtfertigt, wenn es gelingt, „einen großen und einflußreichen Teil der Menschheit von der Vermassung immun“ zu halten, oder „wieder immun“<sup>24)</sup> zu machen.

Berücksichtigt man die vorgenannten Gesichtspunkte, so wird der Blick frei für die Gefahren einer Wettbewerbswirtschaft, die sich daraus ergeben können, daß kulturpolitische Zielsetzungen nicht berücksichtigt werden.

### c) Neuere Entwicklungstendenzen

In jüngster Zeit hat sich in den Kreisen der Buchwirtschaft die Ansicht durchgesetzt, daß das wesentlichste Vertriebsinstrument ein weitverzweigter, leistungsfähiger Ladenbuchhandel ist<sup>25)</sup>. So bestätigt Guinzburg in seiner Veröffentlichung „Verlegersorgen in Amerika“, „daß der Absatz eines Erzeugnisses

<sup>19)</sup> Marshall, John D., *Of, By, And For Librarians*, Hamden Conn. 1960, S. 51.

<sup>20)</sup> Vgl. De Man Hendrik, *Vermassung und Kulturverfall*, Bern 1951, S. 12; Norstrand, Albert van, *The Denatured Novel*, New York 1960, S. 137.

<sup>21)</sup> Eine erschöpfende Darstellung über pocket-books findet sich bei Gentsch, H., *Die verlegerischen und betriebswirtschaftlichen Probleme der Pocket-Book-Herstellung*, Rastatt 1957, und bei Schick, Frank, L., *The Paperbound Book in America*, New York 1958.

<sup>22)</sup> Norstrand, Albert van, *The Denatured Novel*, Indianapolis, New York 1960, S. 135.

<sup>23)</sup> Lehmann-Haupt, Hellmut, a.a.O., S. 372; Norstrand, A. van, a.a.O., S. 139 und S. 202.

<sup>24)</sup> De Man, Hendrik, a.a.O., S. 198.

<sup>25)</sup> Vgl. Lehmann-Haupt, Hellmut, a.a.O., S. 373; *Publishers' Weekly*, August 24, 1912, S. 407; Marshall, John David, a.a.O., S. 51/52; Miller, W., a.a.O., S. 88.

in direktem Verhältnis zur Anzahl seiner Verteilungsstellen steht. Hieraus ergibt sich ohne weiteres, warum heute so viele Bücher dazu verdammt sind, als totgeborene Kinder auf die Welt zu kommen“<sup>26)</sup>).

Diese Schwächen in der buchhändlerischen Vertriebsstruktur und die Wirkungen, die sich aus den traditionellen und kulturellen Besonderheiten ergeben, sind wohl die Erklärung für die geringe Produktion von nur 15 012 Titeln im Jahre 1960<sup>27)</sup>.

Die wirtschaftlichen Konsequenzen bewirkten im Bucheinzelhandel den Trend zur ‚diversification‘, so daß heute der weitaus größere und rentablere Teil des Sortiments aus anderen Waren besteht<sup>28)</sup>. Trotzdem kommt in den USA auf 60 000 Einwohner nur eine Buchhandlung<sup>29)</sup>, im Gegensatz zu Europa, wo auf ungefähr 10 000 bis 15 000 Einwohner eine Buchhandlung existenzfähig ist.

Im herstellenden Buchhandel führten Kapazitätserweiterungen und Unternehmungszusammenschlüsse zu einer risikofesten Konzentration, die dem verlegerischen Wagemut, sich für literarische Neuerungen einzusetzen, abträglich war. Als Ersatz für diese Risikobereitschaft dienten in zunehmendem und einträglichem Maße die Einnahmen aus Nebenrechten (subsidiary rights) „for the purposes of translation, serialization in a magazine or newspaper, or reprinting in hard covers or in one of the paper covered series, for adoption by a book club, for dramatization on the stage, over the radio or television and, last not least, motion picture presentation“<sup>30)</sup>.

Damit wird der Gefahr Vorschub geleistet, daß die Massenproduktion und die moderne Vertriebsstruktur schöpferische Impulse unterdrücken und korrumpieren. „It is this ‚bazaar-spirit‘ which has placed an undeserved indignity upon literature“<sup>31)</sup>.

So konnte mancher kleinere Verlag, der von den literarischen Zielsetzungen her seine Funktion erfüllte, infolge der steigenden Herstellungskosten das finanzielle Risiko nicht mehr tragen. Als dann der gesicherte Absatz in Ermangelung eines weitverzweigten Sortimenternetzes ausblieb, wurden diese Verlage aus dem Markt gedrängt.

---

<sup>26)</sup> Guinzburg, H. K., Verlegersorgen in Amerika, in: Welt und Wort, Jg. 6/1951, S. 342.

<sup>27)</sup> Buch und Buchhandel in Zahlen, Frankfurt 1962, S. 68 (UDSSR 43 367 Titel, Großbritannien 23 783 Titel und Deutschland — BR — 22 524 Titel).

<sup>28)</sup> Vgl. Centre D'Etudes Du Commerce, Etudes Sur La Distribution Du Livre En France, Tome I, Documents Sur La Distribution Des Livres Aux Etats-Unis, Paris 1958.

<sup>29)</sup> Marshall, John D., a.a.O., S. 51.

<sup>30)</sup> Lehmann-Haupt, H., a.a.O., S. 414. Vgl. auch Miller, William, a.a.O., S. 19.

<sup>31)</sup> Publishers' Weekly, June 21, 1890, S. 823. Vgl. dazu Lehmann-Haupt, H., a.a.O., S. 417; Norstrand, Albert van, a.a.O., S. 139.

# CHARTS AND MODEL CONTRACTS

## State Fair Trade Law Charts

Fair Trade Acts, Constitutionality, Person Authorized to  
Establish Price, and Prices Authorized

[Π 6041]

| Fair Trade Act<br>(Π 6017) | Constitutionality<br>(Italics indicate lower<br>court decision)<br>(Π 6021) |                                 | Person Authorized to<br>Establish Price<br>(Π 6100-6104)     | Price<br>Authorized<br>(Π 6190) |
|----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------------------------------------|---------------------------------|
|                            | Act in<br>General                                                           | Act as Applied<br>to Nonsigners |                                                              |                                 |
| <i>Alabama</i>             | unconstitutional                                                            | unconstitutional                | owner of mark or name and<br>authorized distributor          | minimum                         |
| <i>Arizona</i>             | constitutional                                                              | constitutional                  | vendor                                                       | absolute                        |
| <i>Arkansas</i>            | .....                                                                       | unconstitutional                | owner of mark or name and<br>authorized distributor          | minimum                         |
| <i>California</i>          | constitutional                                                              | constitutional                  | vendor                                                       | absolute                        |
| <i>Colorado</i>            | constitutional                                                              | unconstitutional                | seller                                                       | minimum                         |
| <i>Connecticut</i>         | constitutional                                                              | constitutional                  | owner of mark or name and<br>authorized distributor or agent | minimum                         |
| <i>Delaware</i>            | constitutional                                                              | constitutional                  | owner of mark or name and<br>authorized distributor          | minimum                         |
| <i>Florida</i>             | constitutional                                                              | unconstitutional                | owner of mark or name and<br>authorized distributor          | minimum                         |
| <i>Georgia</i>             | .....                                                                       | unconstitutional                | owner of mark or name and<br>authorized distributor          | minimum                         |
| <i>Hawaii</i>              | constitutional                                                              | constitutional                  | owner of mark or name and<br>authorized distributor          | minimum                         |
| <i>Idaho</i>               | .....                                                                       | unconstitutional                | owner of mark or name and<br>authorized distributor          | minimum                         |
| <i>Illinois</i>            | constitutional                                                              | constitutional                  | vendor                                                       | absolute                        |
| <i>Indiana</i>             | constitutional                                                              | unconstitutional                | owner of mark or name and<br>authorized distributor          | minimum                         |
| <i>Iowa</i>                | .....                                                                       | unconstitutional                | vendor                                                       | absolute                        |
| <i>Kentucky</i>            | constitutional                                                              | unconstitutional                | vendor                                                       | absolute                        |
| <i>Louisiana</i>           | constitutional                                                              | unconstitutional                | vendor                                                       | minimum                         |
| <i>Maine</i>               | .....                                                                       | .....                           | vendor                                                       | minimum                         |
| <i>Maryland</i>            | constitutional                                                              | constitutional                  | owner of mark or name and<br>authorized distributor          | minimum                         |
| <i>Massachusetts</i>       | constitutional                                                              | constitutional                  | vendor                                                       | absolute                        |
| <i>Michigan</i>            | constitutional                                                              | unconstitutional                | vendor                                                       | minimum                         |
| <i>Minnesota</i>           | .....                                                                       | unconstitutional                | owner of mark or name and<br>authorized distributor          | minimum                         |

Fair Trade Acts, Constitutionality, Person Authorized to  
Establish Price, and Prices Authorized  
[¶ 6041—Continued]

| Fair Trade Act<br>(¶ 6017)   | Constitutionality<br>(Italics indicate lower<br>court decision)<br>(¶ 6021) |                                    | Person Authorized to<br>Establish Price<br>(¶ 6100-6104)              | Price<br>Authorized<br>(¶ 6190) |
|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|---------------------------------|
|                              | Act in<br>General                                                           | Act as Applied<br>to Nonsigners    |                                                                       |                                 |
| Mississippi                  | constitutional                                                              | constitutional                     | vendor                                                                | absolute                        |
| Montana                      | unconstitutional                                                            | unconstitutional                   | owner of mark or name and<br>authorized distributor                   | minimum                         |
| Nevada                       | .....                                                                       | .....                              | owner of mark or name and<br>authorized distributor                   | minimum                         |
| New Hampshire                | constitutional                                                              | constitutional                     | vendor                                                                | minimum                         |
| New Jersey                   | constitutional                                                              | constitutional                     | vendor                                                                | absolute                        |
| New Mexico                   | constitutional                                                              | unconstitutional                   | vendor                                                                | absolute                        |
| New York                     | constitutional                                                              | constitutional                     | vendor                                                                | absolute                        |
| North Carolina               | constitutional                                                              | constitutional                     | owner of mark or name and<br>authorized distributor                   | minimum                         |
| North Dakota                 | .....                                                                       | .....                              | vendor                                                                | absolute                        |
| Ohio<br>1936 Act<br>1959 Act | .....<br>constitutional                                                     | unconstitutional<br>constitutional | vendor<br>proprietor (owner of mark or<br>name and authorized person) | minimum<br>minimum              |
| Oklahoma                     | .....                                                                       | unconstitutional                   | vendor                                                                | minimum                         |
| Oregon                       | constitutional                                                              | unconstitutional                   | owner of mark or name and<br>authorized distributor                   | minimum                         |
| Pennsylvania                 | constitutional                                                              | unconstitutional                   | vendor                                                                | absolute                        |
| Rhode Island                 | constitutional                                                              | constitutional                     | vendor                                                                | minimum                         |
| South Carolina               | constitutional                                                              | unconstitutional                   | vendor                                                                | minimum                         |
| South Dakota                 | constitutional                                                              | constitutional                     | owner of mark or name and<br>authorized distributor                   | minimum                         |
| Tennessee                    | constitutional                                                              | constitutional                     | vendor                                                                | absolute                        |
| Utah                         | unconstitutional                                                            | unconstitutional                   | owner of mark or name and<br>authorized distributor                   | minimum                         |
| Virginia                     | constitutional                                                              | constitutional                     | owner of mark or name and<br>authorized distributor                   | minimum                         |
| Washington                   | constitutional                                                              | unconstitutional                   | vendor                                                                | absolute                        |
| West Virginia                | .....                                                                       | unconstitutional                   | owner of mark or name and<br>authorized distributor                   | minimum                         |
| Wisconsin                    | constitutional                                                              | constitutional                     | vendor                                                                | absolute                        |
| Wyoming                      | unconstitutional                                                            | unconstitutional                   | owner of mark or name and<br>authorized distributor                   | minimum                         |

In zunehmendem Maße wurden sich einflußreiche Kreise dieser Situation bewußt, und man versuchte die mangelnde kulturelle Information sowie die geringe Verbreitung des Buches durch die Einrichtung öffentlicher Bibliotheken wettzumachen. Waren diese äußerst kostspieligen Anstrengungen auch erfolgreich, so besteht in amerikanischen Fachkreisen kein Zweifel darüber, daß literarische Erziehung und Verbreitung des anspruchsvollen Buches durch einen Buchhandel, der auf Grund eines festen Ladenpreissystems vor ruinösen Preiskämpfen<sup>32)</sup> geschützt ist, wirkungsvoll unterstützt werden können.

Um den fortwährenden Preiskämpfen Einhalt zu bieten, die teilweise dazu führten, daß z. B. in dem Diskonthaus Korvette in New York ein 10 \$ Buch zu 6 \$ bei einem vom Verleger gewährten Rabatt von 25 % bis 30 % an Kunden verkauft wurde<sup>33)</sup>, entschloß sich die ABA (American Booksellers Association), die Bestrebungen zu unterstützen, die darauf abzielen, ein neues Preisbindungsgesetz auf Bundesebene zu schaffen.

Das vorgeschlagene Gesetz, 'the Quality Stabilization Bill' (S. 774 and H. R. 3669) soll dem Hersteller die Möglichkeit geben, die Preise seiner Waren zu binden und Liefersperren bis zu einem Jahr zu verhängen, falls der Wiederverkäufer den festgesetzten Preis nicht einhält oder die Ware als 'loss-leader' verwendet.

Das neue Gesetz „would amend the Federal Trade Commission Act in order to promote quality and price stabilization, to define and restrain certain unfair methods of distribution and to confirm, define and equalize the rights of producers and resellers in the distribution of goods identified by distinguishing brands, names or trademarks . . .“<sup>34)</sup>.

In Anlehnung an die 'Non signer-clause' der meisten Fair-Trade Acts soll die Preisbindung durch einen symbolischen Vertrag erfolgen, den der Hersteller mit einem der Abnehmer schließt und dann veröffentlicht.

Obwohl sich die Federal Trade Commission<sup>35)</sup> und später das Department of Justice<sup>36)</sup> sowie — in gemäßigter Form — die American Bar Association<sup>37)</sup>

---

<sup>32)</sup> Duffy, J. A., Executive Director, American Booksellers Association, in: Publishers' Weekly, Nov. 18, 1963, „U.S. government policy over the past 75 years has been favorable to price-cutting.“

<sup>33)</sup> Antwort auf eine persönliche Anfrage bei der American Booksellers Association.

<sup>34)</sup> Publishers' Weekly, June 10, 1963, S. 126.

<sup>35)</sup> Report on H. R. 457, 88th Congress, first Session von Dixon, Paul R., Chairman, FTC and Harris, O., Chairman, Committee on Interstate and Foreign Commerce, House of Representatives Washington, April 24, 1963 und Report on S. 774, 88th Congress, first Session, von Dixon, Paul R., und Magnuson, Warren G., Chairman, Committee on Commerce, United States Senate, Washington, Aug. 8, 1963.

<sup>36)</sup> Statement of Orrick, William H., Jr. Assistant Attorney General, Antitrust Division, Department of Justice, on S. 774, before The Special Subcommittee, Senate Committee on Commerce, January 23, 1964.

gegen die Annahme des Gesetzes ausgesprochen haben, hat das Committee on Interstate and Foreign Commerce des US-Repräsentantenhauses am 22. 7. 1963 der Gesetzesvorlage zugestimmt und sie befürwortet. Die American Booksellers Association und die Christian Booksellers Association unterstützen zusammen mit 64 nationalen Handels- und Berufsvereinigungen die mit der Quality Stabilization Bill dargelegte Konzeption.

In einem kurzen ‚statement‘, gehalten vor dem Senate Commerce Committee on Quality Stabilization, führt Duffy von der American Booksellers Association aus, daß Preisunterbietungen eine ernste Gefahr nicht nur für den Buchhändler, sondern für das ganze Volk darstellen und daß den kulturellen Wirkungen des Verlagswesens Rechnung getragen werden müsse. Neben der Forderung eines angemessenen Rabatts (durchschnittlich 37 %) stellt er fest, daß „without personal bookstores<sup>38)</sup> many fine books will not be published because the publisher will have no place to sell them. Without the services of the small retail bookseller, authorship and publication will be discouraged. We may expect to see the disappearance from our cultural scene of adequate works in the fields of philosophy, education, economics, sociology and other special subjects unless the health of our distribution system is maintained“<sup>39)</sup>.

Es ist festzuhalten, daß die Federal Trade Commission, die sich ausdrücklich gegen die Annahme der Gesetzesvorlage wendet, in ihrem Bericht vom Jahre 1963 infolge von Preisunterbietungen gegen zahlreiche Verleger und verschiedene Abnehmer vorgeht. „In its industrywide attack against the giving of discriminatory allowances in the book and magazine business, the Federal Trade Commission brought effective action against 31 publishers with orders prohibiting them from illegally favoring chain retail news stands“<sup>40)</sup>.

---

<sup>37)</sup> Statement of Weston, Glen E., Professor of Law, The George Washington University on behalf of the American Bar Association presented to the Subcommittee on Commerce and Finance of the Interstate and Foreign Commerce Committee of the House of Representatives, Washington, April 25, 1963.

<sup>38)</sup> Personal bookstores sind Buchhandlungen, die nur Bücher verkaufen und von Buchhändlern geführt werden. Außerdem tragen sie der wirtschaftlichen Stabilität wie den kulturpolitischen Zielsetzungen Rechnung. Vgl. Lehmann-Haupt, H., a.a.O., S. 377.

<sup>39)</sup> Statement Presented To Senate Commerce Committee On Quality Stabilization in Support of S. 774 by Joseph A. Duffy, Executive Director, American Booksellers Association, August 1963.

<sup>40)</sup> Annual Report of the Federal Trade Commission, Washington 1963, S. 16.

## A BILL

To amend the Federal Trade Commission Act, to promote quality and price stabilization, to define and restrain certain unfair methods of distribution and to confirm, define, and equalize the rights of producers and resellers in the distribution of goods identified by distinguishing brands, names, or trademarks, and for other purposes.

Be it enacted by the Senate and House of Representatives of the United States of America in Congress assembled, That (a) this Act may be cited as the „Quality Stabilization Act.“

(b) Section 5 (a) of the Federal Trade Commission Act, as amended, is hereby amended by adding at the end thereof the following new paragraphs:

“(7) The owner of a brand, name, or trademark shall be deemed to retain his property rights therein, and in the trade and public goodwill symbolized thereby, regardless of any sale or transfer of the goods to which such brand, name, or trademark relates, and no such sale or transfer shall be deemed to diminish or extinguish any such rights.

“(8) Any person who resells goods identified by a distinguishing brand, name, or trademark, either on the label, container, or dispenser thereof, may rightfully employ such brand, name, or trademark, but only in effecting the resale of such goods and subject to the following provisions of this paragraph. If goods usable for the same general purpose are available to the public from sources other than the owner of such brand, name, or trademark, and are in free and open competition therewith, the right of any person to employ such brand, name, or trademark in effecting resale of goods so identified may be revoked by the owner of such brand, name, or trademark, subject to the provisions of paragraph (10) of this subsection, on written and adequate notice of revocation, if, within ninety days prior to the date of the written notice of revocation—

“(A) such person has employed goods bearing such brand, name, or trademark in furtherance of bait merchandising practices;

“(B) such person, after written notice given by such owner of such owner's currently established resale price or price range, has advertised, offered for sale, or sold any such goods, acquired by such person after he has been given such notice, at a price other than such currently established resale price or at a price not within such currently established resale price range; or

“(C) such person, with intent to deceive purchasers, has published a misrepresentation or misrepresentations concerning such goods.

The owner of a brand, name, or trademark who avails himself of the provisions of paragraphs (7) to (17) of this subsection for the purpose of establishing a resale price or price range shall thereby subject himself, without

respect to the amount in controversy, to the jurisdiction of the district court of the United States for any district in which goods identified by such brand, name, or trademark are offered for sale, but such jurisdiction shall apply (i) only for the adjudication of issues involving a complaint, by a bona fide purchaser at retail of goods so identified, that the owner of such brand, name, or trademark had published, in an offer of such goods for sale, misrepresentation as to the size, capacity, quality, condition, model, or age of such goods, upon which misrepresentation such purchaser had relied with resultant unfair damage and loss to him, and (ii) only if the owner of such brand, name, or trademark is not subject to process in the courts of the State in which such purchaser acquired such goods.

“(9) Notwithstanding revocation pursuant to paragraph (8) of this subsection of the right of a person, in reselling goods, to employ the brand, name, or trademark which identifies such goods—

“(A) such person may, in the regular course of his business and within a reasonable time after the date of such revocation, sell all such goods of which, on such date, he is possessed: *Provided*, That in such sale he shall commit none of the acts described in subparagraphs (A), (B), and (C) of such paragraph (8); or

“(B) if such person, promptly upon such revocation, shall have supplied to the owner of such brand, name, or trademark a correct itemized listing of the inventory of such goods with a statement of the price paid per item and the total price (including transportation costs) paid therefor, together with a firm offer to sell and deliver all such inventory to such owner at any time within ten days thereafter upon payment of such total price plus the cost of transportation to the owner in the manner directed by such owner, then such person, upon expiration of the ten-day term of such offer without acceptance, may so sell such goods in such inventory, in the regular course of his business and within a reasonable time thereafter, without restriction as to price, in which event each advertisement of, or offer to sell, such goods, shall state plainly that the right of the reseller, carried by the goods has been revoked as to any such goods not in that reseller's possession at the time of such revocation.

“(10) Any person whose right to employ a brand, name, or trademark has been revoked by the owner thereof pursuant to the provisions of paragraph (8) of this subsection, and who thereafter, except as authorized by paragraph (9) of this subsection, resells goods identified by such brand, name, or trademark, or who otherwise employs such brand, name, or trademark in effecting resale of such goods or any other goods, shall be liable in a civil action for damages and injunctive relief by the owner of the brand, name, or trademark, to prevent and restrain further violations of paragraphs (7) to

(17), inclusive, of this subsection. Such owner may sue in any district court of the United States in the district in which defendant resides or is found or has an agent, without respect to the amount in controversy, and shall be entitled to (i) recover the amount of any damages sustained, (ii) injunctive relief to prevent and restrain further violations of paragraphs (7) to (17), inclusive, of this subsection, whether or not specific money damages are established, and (iii) recover the cost of suit including reasonable attorneys' fees. Any injunction granted under clause (ii) of this paragraph shall remain in effect for one year from the date it is granted unless it is the second or a subsequent such injunction issued against the same defendant in favor of the same plaintiff in which case it shall be a permanent injunction; except that any such injunction, upon petition of such plaintiff, may be vacated unconditionally by the court granting it.

“(11) In any proceeding under paragraph (10) it shall be a defense for the defendant (A) to establish that the plaintiff has not used due diligence to effectuate observance or enforcement of plaintiff's rights under paragraphs (7) to (17), inclusive, of this subsection against other persons who are in substantial competition with the defendant and who are known to plaintiff to be violating the same subparagraph of paragraph (8) of this subsection on which revocation of the defendant's right to employ the brand, name, or trademark was based or (B) to establish that the plaintiff has sold the same kind of goods person similarly situated under terms more favorable or at lower prices than those under which the plaintiff sold such goods to the defendant.

“(12) No action pursuant hereto shall preclude remedial action otherwise available for wrongful use of a brand, name, or trademark.

“(13) Paragraphs (7) to (17), inclusive, of this subsection shall apply to all acts and transactions of the character referred to therein, in or affecting commerce, which Congress may lawfully regulate.

“(14) As used in paragraphs (7) to (17), inclusive, of this subsection—

“(A) The term 'person' means any individual, partnership, association, or corporation.

“(B) The term 'goods' means goods, wares, and merchandise.

“(C) The term 'currently established resale price' means the price for goods identified by a brand, name, or trademark specified by written notice invoking paragraphs (7) to (17), inclusive, of this subsection given by the owner of such brand, name, or trademark to the person reselling such goods.

“(D) The term 'currently established resale price range' means all prices including and between the minimum and maximum resale prices for goods identified by a brand, name, or trademark, specified by written notice invoking paragraphs (7) to (17), inclusive, of this subsection given by the owner of such brand, name, or trademark to the person reselling such goods.

Each such currently established resale price and resale price range shall be uniform at each level of distribution within each marketing area determined by the owner of the brand, name, or trademark. Such owner of the brand, name, or trademark may so establish, for resale of a combination of two or more items of goods, a resale price or price range different from the sum of the currently established resale prices or price ranges for the items when sold individually. Such owner of the brand, name, or trademark may also engage in other promotional activities not made unlawful by any other statute.

“(15) All rights and remedies provided in paragraphs (7) to (17), inclusive, of this subsection, to owners of a brand, name, or trademark, shall be also available to any owner of a brand, name, or trademark who, in the sale of goods identified by such brand, name, or trademark, shall compete, at any level of distribution, with any reseller offering such goods: *Provided*. That, within each marketing area referred to in paragraph (14) of this subsection, such owner shall sell such identified goods, at whatever level of distribution, only at the price or within the price range currently established by such owner for that area and for that level of distribution.

“(16) The following transactions shall be exempt from paragraphs (7) to (15), inclusive, of this subsection—

“(A) Sales of bulk commodities when sold without wrappers or containers.

“(B) Sales by any officer acting under the orders or authority of any duly constituted court, or sales by any person in mitigation of damages or enforcement of a lien or other secured interest in said goods, when such person is not primarily engaged in the distribution of goods for resale.

“(C) Sales of damaged, deteriorated, defaced, or secondhand goods, when plain notice of the condition of the goods is given to the public.

“(D) Sales to or by the Federal, State, or municipal governments or their political subdivisions or agencies.

“(E) Sales to charitable, educational, medical, and religious organizations, for their own use and not for resale.

“(17) If any provision of paragraphs (7) to (17), inclusive, of this subsection or the application of any such provision to any person or circumstance shall be held invalid for any reason it is the intention of the Congress that the remaining provisions thereof shall not be affected but shall remain in full force and effect.”

Obwohl die amerikanische Wettbewerbswirtschaft im allgemeinen als beispielhaft bezeichnet wird, kommt man bei eingehender Betrachtung zu dem Ergebnis, daß es in verschiedenen Bereichen, hier in der Buchwirtschaft, dann zu oft nachteiligen Folgen kommen kann, wenn die Wechselwirkungen zwischen Wirtschaft und Gesellschaft nicht oder nur einseitig berücksichtigt werden.

Die allgemeine Lage im Buchhandel kennzeichnet Duffy weniger mit einer wissenschaftlichen als mit einer auf langjähriger Erfahrung beruhenden Aussage: „The entire situation is one where all concerned feel that the ideal situation would be for prices to be maintained but in actual practice it does not work out that way“<sup>41)</sup>.

Trotz der Gleichstellung des Buchhandels mit anderen Wirtschaftsbereichen haben sich auch in der amerikanischen Rechtsprechung die Individualität und die kulturelle Bedeutung des Buches behauptet. So ist z. B. der vertikalen Preisbindung bei Büchern in *Schill v. Remington Patman Book Co.*<sup>42)</sup> zugestimmt worden. Bücher stehen dann im Wettbewerb, wenn sie einmalige oder unterscheidende Eigenschaften besitzen, die von einem Verleger nicht genau nachgeahmt werden können, was auf Grund des Urheberrechts ohnehin zutrifft.

Zusammenfassend läßt sich feststellen, daß trotz Fehlens eines Preisbindungsgesetzes auf Bundesebene immer wieder Möglichkeiten gesucht werden, die Preise von Büchern zu binden. Wenn damit auch kein einheitliches Ladenpreissystem zustande kam, so besteht doch kein Zweifel darüber, daß sich der amerikanische Buchhandel trotz der Gleichstellung mit allen übrigen Wirtschaftsbereichen und trotz der teilweise chaotischen Verhältnisse<sup>43)</sup> seiner kulturellen Aufgaben und seiner Sonderstellung bewußt ist.

Das Beispiel der Vereinigten Staaten von Amerika zeigt, daß rein wirtschaftliche Erwägungen kulturpolitische Wirkungen einschränken können, die für den betreffenden Wirtschaftszweig, hier den Buchhandel, entscheidend sind. Es gilt, die wirtschaftspolitischen Erfolge gegen die kulturpolitischen Zielsetzungen abzuwägen, um die vertikale Preisbindung bei Büchern zu beurteilen.

---

<sup>41)</sup> Duffy, Joseph A., Executive Director, ABA New York, in einem persönlichen Brief an den Verfasser. Vgl. Marshall, John D., a.a.O., S. 51 f.; *Publishers' Weekly*, August 24, 1912, Ord S. 407.

<sup>42)</sup> *Schill v. Remington Patman Book Co.*, 179 Maryland 83.

<sup>43)</sup> Vgl. Guinzburg, H. K., a.a.O., S. 341.

## 2. Umfang und Ausmaß buchhändlerischer Betätigung im kanadischen Wirtschaftssystem

Die Freiheit des Wirtschaftens infolge geringer staatlicher Lenkung ist wohl in keinem anderen Land so ausgeprägt wie in Kanada<sup>44</sup>). Andererseits gibt es einige wenige Wirtschaftsbereiche, in denen Unterstützung und Kontrolle durch die Regierung vorherrschen. Die starke industrielle Konzentration, die durch den Einfluß einer geringen Zahl großer Unternehmen auf kleinem Binnenmarkt ermöglicht wurde, wird durch eine straffe Kartellgesetzgebung in Grenzen gehalten oder sogar aufgelöst. Bedenkt man, daß ein großer Teil der kanadischen Wirtschaft in ausländischem Besitz ist, so wird klar, wie stark die Verflechtung der kanadischen Wirtschaft mit dem Ausland ist. Dabei spielen die Vereinigten Staaten infolge der geographischen und wirtschaftlichen Situation — vor dem Vereinigten Königreich auf Grund politischer Bindungen — die entscheidende Rolle.

So ist es verständlich, daß sich die wirtschaftliche Entwicklung mehr nach den USA als nach England hin orientierte; hinzu kommt, daß Gesetzgebung und Verwaltung infolge der verhältnismäßig geringen Bevölkerungszahl leichter und durchgreifender wirken konnten.

Im Jahre 1952 wurde das Gesetz von 1889 'designed to suppress combinations in restraint of trade'<sup>45</sup>) erneuert und durch den 'Combines Investigation Act' vervollständigt, der im Abschnitt 34 die vertikale Preisbindung ausnahmslos untersagt: "No dealer shall directly or indirectly by agreement, threat, promise or any other means whatsoever, require or induce or attempt to require or induce any other person to resell an article or commodity

- a) at a price specified by the dealer or established by agreement,
- b) at a price not less than a minimum price specified by the dealer or established agreement,
- c) at a markup or discount specified by the dealer or established by agreement,
- d) at a markup not less than a minimum markup specified by the dealer or established by agreement, or
- e) at a discount not greater than a maximum discount specified by the dealer or established by agreement,

wether such markup or discount or minimum markup or maximum discount is expressed as a percentage or otherwise"<sup>46</sup>).

<sup>44</sup>) Vgl. Main, O. W., *The Canadian Economy*, in: *Wirtschaftssysteme des Westens*, Bd. II, Basel-Tübingen 1959, S. 1 ff. Die allgemeinen Ausführungen über die kanadische Wirtschaft sind im wesentlichen dieser Veröffentlichung entnommen.

<sup>45</sup>) Main, O. W., a.a.O., S. 6.

<sup>46</sup>) *Combines Investigation Act*, RSC, 1952, c. 314, As amended by 1953—54, c. 51; 1960, c. 45; 1960—61; c. 42; 1962—63, c. 4, Ottawa 1963, S. 18, section 34 (2).

In Absatz 3 und 4 des Abschnitts 34 folgen die Bestimmungen über das Verbot des 'refusal to sell or supply goods' sowie das Strafmaß bei Vergehen gegen Abs. 2 und/oder 3.

Mit diesem Gesetz wurde den Empfehlungen des 'Committee to Study Combines Legislation' Rechnung getragen. Das Komitee empfiehlt expressis verbis: "... that it should be made an offence for a manufacturer or other supplier:

1. To recommend or prescribe minimum resale prices for his products;
2. To refuse to sell, to withdraw a franchise or to take any other form of actions as a means of enforcing minimum resale prices.

It is to be noted the Committee does not recommend that it be made an offence to prescribe and enforce resale prices which are not minimum. It follows that suppliers would be free to suggest and enforce maximum resale prices" 47).

Für die Verlagserzeugnisse darf also nach der gegenwärtigen Gesetzgebung ein Höchstpreis genannt werden. Wie aus einer Antwort des 'Departement of Justice' zu entnehmen ist, halten sich die *Buchhändler* in der Regel an diese Preise. Obwohl also keine vertikale Preisbindung für Bücher existiert, kann von einem relativ preisgleichen Niveau in den Buchhandlungen gesprochen werden. Was nun den kanadischen Buchhandel und Verlag im einzelnen betrifft, so sind Besonderheiten herauszustellen, die für eine vergleichende Beurteilung unerlässlich sind.

Die wirtschaftliche Verflechtung mit anderen Marktwirtschaften und die Notwendigkeit, den Handel zu intensivieren, wiesen geradezu den Weg für eine offene und liberale Wirtschaftspolitik. So bezieht Kanada 75 % der Importe aus den USA und 9 % aus England 48). Es ist nicht verwunderlich, daß die kanadische Buchwirtschaft in ähnlichem Maße von den USA und von England Bücher importiert. Kein anderes Land der Welt führt für ebensoviel Dollar Bücher ein wie Kanada. In der Studie von R. E. Barker 'Books For All' steht Kanada mit Buchimporten aus den USA und England im Werte von 25 330 000,— \$ weit an der Spitze der importierenden Länder 49). Hinzu kommt, daß es nur einige kanadische Verleger gibt, die zudem in vielen Fällen lediglich die Alleinauslieferung eines ausländischen Verlages übernehmen. Da es sehr wenige Buchhandlungen 50) im europäischen Sinne gibt und der Buchvertrieb in Anlehnung und ähnlich wie in den USA erfolgt, kann von einem wirkungsvollen, eigenständigen buchhändlerischen und verlegerischen Schaffen in Ka-

47) Report of the Committee to study Combines Legislation and Interim Report on Resale Price Maintenance, Ottawa 1952, S. 71.

48) Vgl. Main, O. W., a.a.O., S. 2.

49) Vgl. Barker, R. E., Books For All, UNESCO, Paris 1956, S. 29.

50) Aus einem Brief des Department of Justice an den Verfasser.

nada nicht gesprochen werden. Die Tatsache, daß bei den Empfehlungen des 'Committee' zur Aufhebung der Preisbindung "... individual cases of maintained prices and their possible isolated consequences"<sup>51)</sup> nicht berücksichtigt wurden, läßt erkennen, daß den weitergehenden Funktionen des Buchhandels keine besondere Beachtung geschenkt wurde.

Wesentliche Merkmale des kanadischen Buchmarktes sind einmal die Buchimporte aus den USA, England und Frankreich und zum anderen ein Buchmarkt ohne Preisbindung, auf dem es trotz überhöhter Preise nicht zu einem intensiven Preiswettbewerb kam. Die überhöhten Preise erklären sich aus dem verhältnismäßig geringen Buchverkauf bei relativ großem Absatzgebiet<sup>52)</sup>.

Die unterschiedlichen Folgerungen, die nach Aufhebung der vertikalen Preisbindung gezogen wurden<sup>53)</sup>, erschweren die Beurteilung der Situation am kanadischen Buchmarkt. Es kann jedoch festgestellt werden, daß sich Rückwirkungen negativer oder positiver Art nicht ohne weiteres auf den Buchhandel der exportierenden Buchländer ausdehnen müssen. Die Eigenheit des kanadischen Buchmarktes zwingt nicht nur zu einer vorsichtigen Beurteilung der Konsequenzen, die sich nach der Aufhebung der vertikalen Preisbindung ergaben, sondern läßt darüber hinaus Zweifel aufkommen, ob ein Vergleich mit den spezifischen Auswirkungen im kanadischen Buchhandel überhaupt ratsam ist.

Im folgenden soll nun die Lage in einem Land untersucht werden, das sowohl einen eigenständigen Buchhandel besitzt wie auch über eine bedeutende Literatur verfügt.

Das ist insofern besonders aufschlußreich, weil in Frankreich, dessen Buchhandel trotz nationaler Besonderheiten Teil des europäischen Buchhandels ist, als einzigem traditionsreichem Kulturland das Verbot der vertikalen Preisbindung auch für Verlagserzeugnisse gilt.

### 3. Der französische Buchhandel im System des „*planisme concurrentiel*“

Die Bestrebungen um ein einheitliches Ladenpreissystem setzten hier ebenso wie in anderen europäischen Ländern schon vor der Jahrhundertwende ein<sup>54)</sup>. Allerdings kam es erst im Jahre 1923 zu einer einheitlichen Verkaufsrege-

<sup>51)</sup> Report of the Committee to study Combines Legislation and Interim Report on Resale Price Maintenance, a.a.O., S. 67.

<sup>52)</sup> Aus einem Brief des Department of Justice an den Verfasser.

<sup>53)</sup> Vgl. The Bookseller, 3. November 1962, London 1962, S. 1850. Andrews, P. W. S. und Friday, Fr. A., Fair Trade, Resale Price Maintenance Re-Examined, London 1960, S. 32—39, und Skeoch, L. A., The Abolition of Resale Price Maintenance, in: Economica, Vol. XXXI, Nr. 123, August 1964, S. 260 f.

<sup>54)</sup> Vgl. Barret, François, Histoire du Développement de la Politique des Prix imposés en France, Tome 38, Paris 1935, S. 128 ff., und Favre-Gilly, Ch., a.a.O., S. 124 und S. 185.

lung, der 'Réglementation de la vente du livre'. Der Buchhändler verpflichtet sich, „à pratiquer de façon absolue dans la vente au public, le prix de catalogue de l'éditeur, sans jamais augmenter ou diminuer ce prix sous quelque forme que ce soit (remise, ristourne, primes, ou autres avantages accordés aux acheteurs)" <sup>55)</sup>. Im Art. 1 der Fassung von 1948 wird der vom Verleger bestimmte Preis generell zum Verkaufspreis bestimmt: „Tous les livres doivent être obligatoirement vendus au public aux prix de catalogue de l'éditeur sans remise ni ristourne directe ou détournée et sans majoration. La taxe locale doit être appliquée en sus du prix" <sup>56)</sup>.

Diese französische Regelung erfuhr durch die Zustimmung und Unterstützung des 'Conseil National Economique' eine gesetzliche Bestätigung <sup>57)</sup>.

Die Fassung von 1948 enthält darüber hinaus verschärfende Bestimmungen, welche Ausführungen über die Qualifikation der Buchhändler und weitergehende Vorschriften zum Ladenpreis enthalten.

Als sich nach Ende des zweiten Weltkrieges im französischen Wirtschaftssystem planwirtschaftliches Denken „pour prendre des mesures relatives au maintien ou au rétablissement d'une libre concurrence industrielle et commerciale" <sup>2)</sup> durchsetzte, war es nur noch eine Frage der Zeit bis zur Aufhebung der vertikalen Preisbindung.

#### a) Das allgemeine Verbot der vertikalen Preisbindung in Frankreich

Mit der Einführung des Gesetzes vom 18. Juli 1952 wurde das allgemeine und formelle Verbot der vertikalen Preisbindung rechtskräftig. Dennoch, so wurde im Gesetz weiter ausgeführt, „finden die Bestimmungen auf die Markenartikelpreise keine Anwendung, die einer besonderen Regelung unterworfen werden" <sup>58)</sup>.

Auf der Verordnung vom 9. August 1953 sowie auf mehreren später erlassenen Verordnungen beruht die eigentliche Regelung der horizontalen und vertikalen Bindungen in Frankreich. Im Gegensatz zur amerikanischen, englischen und deutschen Gesetzgebung ist der französische Text nur rein admini-

<sup>55)</sup> Barret, François, a.a.O., S. 171.

<sup>56)</sup> Génin, Marie-Thérèse, L'Editeur, Paris 1960, S. 53.

<sup>57)</sup> Barret, François, a.a.O., S. 175.

<sup>58)</sup> Franck, Louis, La Libre Concurrence, Paris 1963, S. 92. Vgl. auch die französische Wirtschaftsplanung, herausgegeben vom Rationalisierungskuratorium der Deutschen Wirtschaft, Köln-Frankfurt 1962.

<sup>59)</sup> Benaerts, P., Die französischen Erfahrungen mit dem Verbot der Preisbindung, in: Schriftenreihe der Stiftung „Im Gruene“, Bd. 12, Preisbindung und Boykott, Rüşchlikon 1958, S. 47. Die Zahl der Ausnahmen betrug im Jahre 1926 26 Artikel, davon 21 für Erzeugnisse der Parfum-Branche. Vgl. Franck, L., La Libre Concurrence, a.a.O., S. 105.

strativen Ursprungs<sup>60</sup>). Unter anderem enthält die Verordnung auch verschärfende und weitergehende Bestimmungen zum Verbot der vertikalen Preisbindung<sup>61</sup>). In Verbindung mit dem Erlaß vom 24. Juni 1958 werden weitergehende Bestimmungen erlassen, die sich an die Ordonnance no 45 — 1483 vom 30. Juni 1945 anschließen.

Die wichtigsten Ausführungen finden sich in Art. 37 Abs. 4: „Est assimilé à la pratique de prix illicite le fait: par tout personne de conférer, maintenir ou imposer un caractère minimum aux prix des produits des prestations et services ou des marges commerciales, soit au moyen de tarifs ou barèmes, soit en vertu d'ententes, qu'elle qu'en soit la nature ou la forme“<sup>62</sup>). Allerdings gibt es von diesem generellen und strengen Verbot der vertikalen Preisbindung zeitlich beschränkte Ausnahmen sofern sie von den erforderlichen Ministerien gebilligt werden.

Die weitreichendste Bedeutung kommt dem Erlaß vom 31. März 1960 zu.

#### „Interdiction de la Fixation d'un Prix minimum

Deux points sont à examiner: les éléments constitutifs et les cas de dérogation.

L'interdiction de conférer, de maintenir ou d'imposer un caractère minimum aux prix est très générale et concerne toute personne, physique ou morale, commerçante ou non. Le texte exige, pour son application, que les trois conditions ci-après se trouvent simultanément remplies. Il importe que la personne considérée, ou le groupement ou l'entente qu'elle dirige ou représente:

- a) Ait déterminé le prix d'un produit ou d'une prestation de service ou la marge commerciale applicable à la vente d'un produit ou d'une catégorie de produits, „soit au moyen de tarifs ou barèmes, soit en vertu d'ententes“;
- b) Qu'elle ait conféré, maintenu ou imposé à ce prix ou à cette marge un caractère minimum;
- c) Qu'elle n'ait pas obtenu de dérogation par arrêté ministériel.

Le texte prévoit deux modes de détermination du prix ou de la marge:

Soit la fixation de tarifs ou barèmes qui, en l'absence de tout terme restrictif, peuvent revêtir les formes les plus diverses et émaner aussi bien d'un producteur ou d'un commerçant isolé que d'un groupement professionnel;

<sup>60</sup>) Vgl. Franck, L., *La Libre Concurrence*, a.a.O., S. 92.

<sup>61</sup>) Vgl. Benaerts, P., a.a.O., S. 48; Franck, L., *La Libre Concurrence*, a.a.O., S. 93, und Franck, L., *Les Prix*, Paris 1957, S. 103.

<sup>62</sup>) Décret no 58—545 du 24 Juin 1958, in: Ordonnance no 45—1483 du Juin 1945 relative aux prix mise à jour à la date du 8. Nov. 1958 (Codification administrative), S. 13.

Soit en vertu d'une entente, quelle qu'en soit la nature ou la forme, c'est-à-dire en vertu de tout accord permanent ou provisoire, général ou limité, écrit ou verbal, exprimé ou tacite.

Les auteurs du texte ayant entendu viser la fixation de prix minimum sous toutes les formes où elle est susceptible d'intervenir, il y a lieu d'en conclure que toute personne qui, sans établir de tarifs ou de barèmes proprement dits, imposerait un prix minimum de revente par d'autres moyens (étiquettes ou mentions apposées sur les produits, indications portées sur les factures, etc.) enfreindrait également l'interdiction posée par la loi.

Le texte s'applique, par ailleurs, même si des prix ou des marges limites ont été déterminés par l'autorité publique. La concurrence doit pouvoir s'exercer librement au-dessous de ces prix limites et il y aurait infraction à con-  
céder à ceux-ci un caractère minimum.

Pour que la détermination d'un prix ou d'une marge soit répréhensible, il est nécessaire que ce prix ou cette marge présente un caractère minimum.

De ce fait, se trouvent interdits les 'prix imposés' proprement dits, c'est-à-dire les prix uniformes et obligatoires, présentant à la fois un caractère de maximum et de minimum. Il est à remarquer que la loi n'interdit que le caractère minimum des prix ou des marges, ce qui laisse la possibilité aux entreprises de maintenir la notion de prix maximum au-delà duquel elles estiment que le produit ne doit pas parvenir au consommateur ou à l'utilisateur.

Par ailleurs, certains fabricants ont tenté de faire échec à la réglementation soit en substituant la notion de 'prix conseillé', à celle de prix imposé, soit en recourant à des clauses contractuelles en vertu desquelles la vente d'articles de marque doit s'effectuer aux 'conditions commerciales en vigueur dans la maison'.

De telles pratiques doivent être considérées comme illicites lorsque'elles ont pour effet de tourner par un biais l'interdiction de prix minimum.

Quoi qu'il en soit, et en dehors de l'octroi d'une dérogation, le texte a pour effet de soustraire les commerçants à l'obligation de respecter le caractère minimum qui serait conféré, maintenu ou imposé, aux prix ou aux marges commerciales d'un produit ou d'un service. Ils retrouvent, en ce domaine, toute liberté quant à la possibilité d'une libre concurrence par les prix de vente.

Il n'y a pas délit si une dérogation a été accordée par arrêté, dans les conditions précisées ci-dessous<sup>63)</sup>.

---

<sup>63)</sup> Circulaire du 31 Mars 1960 relative à l'interdiction des pratiques commerciales restreignant la concurrence, in: Journal Officiel De La République Française, Paris 2 Avril 1960, S. 3048—3053.

Es wird insbesondere der generelle Charakter des Verbots hervorgehoben. Des weiteren wird darauf hingewiesen, daß ministerielle Genehmigungen zur Aufrechterhaltung der vertikalen Preisbindung Ausnahmecharakter haben und nur auf Zeit gewährt werden. Schließlich besteht noch die Möglichkeit, daß auch Ausnahmen, die über die vom Gesetzgeber vorgesehenen hinausgehen, anerkannt werden, wenn sie berechtigt erscheinen.

Im zweiten Teil des Erlasses werden Maßnahmen untersagt, die eine gleichberechtigte Versorgung und Belieferung der Händler gefährden können; ausdrücklich genannt werden: die Liefersperre und diskriminatorische Handlungen, die sich auf die Lieferbedingungen oder Verkaufspreise auswirken.

Trotz der zahlreichen Verfügungen ist weder die Entwicklung abgeschlossen noch ist die Rechtsprechung zu einer herrschenden Meinung gelangt<sup>64</sup>). Insbesondere die Tendenz zur Planifikation, die über den „planisme concurrentiel“<sup>65</sup>) im Sinne Allais' hinausgeht, läßt vermuten, daß es zu staatlichen Interventionen kommen kann, die letztlich nicht auf wirtschaftlichen Erfahrungen beruhen, sondern lediglich Ausfluß einer augenblicklichen politischen Lage sind. Obwohl nun die Planifikation französischer Prägung mit derjenigen autoritärer Staaten wenig gemeinsam hat, gehen die staatlichen Maßnahmen gerade in jüngster Zeit über den Rahmen hinaus, der in den Marktwirtschaften westlicher Länder als relevant anerkannt wird<sup>66</sup>).

Die gesetzlichen und wirtschaftlichen Besonderheiten in Frankreich rechtfertigen die Eingliederung unter diejenigen Länder, die wirtschaftspolitische Zielsetzungen kulturpolitischen Überlegungen voranstellen. Hinzu kommt, daß der Buchmarkt Frankreichs in vielerlei Hinsicht dem der Vereinigten Staaten von Amerika ähnlicher ist als dem seiner europäischen Nachbarländer<sup>67</sup>).

## b) Die Struktur des französischen Büchermarktes

Mittelpunkt des französischen Buchhandels ist seit dem Mittelalter die französische Hauptstadt, in der es zu einem intensiven wirtschaftlichen und kulturellen Austausch kommt. Entgegen der Entwicklung in Deutschland, wo sich auf

<sup>64</sup>) Vgl. Franck, L., *La Libre Concurrence*, a.a.O., S. 110.

<sup>65</sup>) Unter „planisme concurrentiel“ versteht Allais eine Konkurrenzwirtschaft, die Autonomie und Entscheidungsfreiheit der einzelnen Wirtschaftssubjekte garantiert, nichtsdestoweniger aber Eingriffe des Staates im Rahmen einer „planification des structures“ zuläßt. Vgl. Allais, M., *Traité d'économie pure*, Paris 1943; Piettre, A., *Histoire De La Pensée Economique Et Analyse Des Théories Contemporaines*, Paris 1961, S. 85 ff., und Lajugie, J., *Les Doctrines Economiques*, Paris 1963, S. 116–118.

<sup>66</sup>) Vgl. Lajugie, J., a.a.O., S. 105 ff., und Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel, 9. November 1962, Frankfurt, S. 1981.

<sup>67</sup>) Vgl. Lehmann-Haupt, H., a.a.O., S. 384.

Grund der vielen kleinen Staaten eigenständige Kulturzentren bildeten, ist die Struktur des französischen Buchhandels nur aus der überragenden Stellung der 9 Millionen-Stadt Paris zu verstehen.

Von den rund 273 Verlagshäusern, die regelmäßig Bücher veröffentlichen, befinden sich die namhaftesten und bedeutendsten in Paris<sup>68)</sup>. Nur 17 Verlage erzielen einen Umsatz von mehr als 10 Millionen Francs, vereinigen aber damit etwas mehr als 54% des gesamten Verlagsumsatzes auf sich.

Mit einem Gesamtumsatz von 765 Millionen Francs ist der Anteil der Buchproduktion von 0,75% in bezug auf den Umsatz aller Wirtschaftszweige verhältnismäßig gering<sup>69)</sup>. Diese Relation dürfte jedoch für andere Länder ebenso gelten. Die ohnehin schon sichtliche Konzentration<sup>70)</sup> wird besonders deutlich, wenn man den Verlags- und Zeitungskonzern Hachette in Betracht zieht. Das im Jahre 1826 gegründete Familienunternehmen erzielt u. a. mit der Veröffentlichung von 24 Zeitungen in Paris, 612 französischen Magazinen und als alleiniger Inhaber von 1217 Kiosken in Paris einen Jahresumsatz von 283 Millionen Dollar. Als größtes französisches Verlagshaus verlegt Hachette über 55 Millionen Buchexemplare im Jahr<sup>71)</sup>.

Während die Titelproduktion auf Grund der Bibliographie de la France mit 12 705 angegeben wird, weisen die ‚Services du Dépôt légal‘ eine Zahl von 18 175 für das Jahr 1961 aus. Der Unterschied ergibt sich aus der Tatsache, daß Kataloge, verschiedenartige Veröffentlichungen wissenschaftlicher Natur und amtliche Publikationen in der Bibliographie nicht verzeichnet werden.

Eine Besonderheit, die sich gerade auf die Preisbildung auswirkt, ist die Herausgabe von broschierten, teilweise ungeschnittenen Büchern sowie Ausgaben mit unterschiedlichen Papierqualitäten. Für den Buchabsatz ist es noch wichtig, auf die Vielzahl von Literaturpreisen hinzuweisen, die in jüngster

---

<sup>68)</sup> Vgl. Syndicat National Des Editeurs, Monographie de l'Edition, Paris 1963, S. 22.

<sup>69)</sup> Vgl. Dumazedier, Joffre, und Hassenforder, Jean, *Eléments pour une sociologie comparée de la production de la diffusion et de l'utilisation du livre*, Paris 1962, S. 22. — Syndicat National des Editeurs, *Données statistiques sur l'édition de livres en France en 1960*, Paris 1961: Centre D'Etudes Du Commerce, *Etudes Sur La Distribution Du Livre En France*, Tome II, Paris, und *Monographie de l'Edition*, a.a.O. Diese Veröffentlichungen stellen auch die Hauptquelle für die weiteren statistischen Angaben dar.

<sup>70)</sup> Neben den schon bekanntesten verlegerischen Zusammenschlüssen wie z. B. Fayard mit Grasset „sous l'égide“ des Konzerns Hachette und des Verlagshauses Gallimard mit Denoel und Mercure de France, ist in jüngster Zeit die Verbindung der Verlage Plon und Juillard über den Bankier Clermont-Tonnerre der Privatbank Union financière bekannt geworden. Vgl. Frankfurter Allgemeine Zeitung, 16. September 1964, Frankfurt 1964. *Le Monde, Sélection Hebdomadaire*, Paris 10.—16. September 1964.

<sup>71)</sup> Vgl. *Time*, Atlantic Edition, Paris, November 8, 1963, S. 60/61.

Zeit auf nahezu 1000 Literaturpreise anschwellen. Trotz der Vorliebe für das broschiierte Buch hat das Taschenbuch in Frankreich nicht die überragende Rolle gespielt wie in anderen Ländern. Obwohl es schon seit dem Jahre 1941 mit der Reihe „Que sais-je“, die heute über 1000 Titel umfaßt, Ausgaben in Taschenbuchformat gab, erschien das erste Taschenbuch moderner Art im Jahre 1953 mit der Reihe „Livres de poche“.

Während die Zahl der Verkaufsstellen für Bücher aller Art ungefähr 27 000<sup>72)</sup> beträgt, wird die Zahl der Buchhandlungen mit umfassendem Sortiment (Librairie d'assortiment général) mit ungefähr 300<sup>73)</sup> angegeben. Die Buchhandlungen führen in überwiegendermaßen auch ältere Titel. Sie verfügen über ein reichhaltiges Lager und geben einen repräsentativen Überblick über die gesamte Buchproduktion. Gerade diese Buchhandlungen sind meist mit einem Verlag verbunden. In einer Übersicht der I.N.S.E.E. aus dem Jahre 1957 werden weitere 2600 Unternehmungen genannt, in denen der Buchhandel zu überwiegen scheint. Die weitaus größte Zahl selbständiger Geschäfte stellen mit 6059 die für Frankreich typischen Buch- und Schreibwarenläden dar<sup>74)</sup>. Bei 50% der (gemischten) Buchhandlungen außerhalb von Paris erreicht der Umsatz mit Büchern keine 50%; „les librairies ‚pures‘ sont plus nombreuses à Paris qu'en province ou 15% seulement des enquêtés vendent uniquement du livre“<sup>75)</sup>.

In der Untersuchung des Centre D'Etudes Du Commerce wird weiter festgestellt, daß der Buchhändler sein Leben nicht fristen könne, wenn er seine Aktivität auf das Buch beschränke; die Rentabilität der Buchhandlungen sei geringer als die in anderen Branchen. Während die Unternehmen der mittleren Umsatzklasse eine Lagerumschlagsgeschwindigkeit von 2,5 erzielen, liegt diese bei Buchhandlungen mit über 1 Million Francs Umsatz zwischen 4—5<sup>76)</sup>. Die geringen Gewinnspannen im französischen Buchhandel führen nicht nur zu den schon genannten Verbindungen mit Schreibwaren, sondern darüber hinaus wird das Buch auch in Tabak- und Musikgeschäften, in Lebensmittel- und Einheitspreisläden, in Warenhäusern und in Kiosken verkauft. Neben der

---

<sup>72)</sup> Vgl. Centre D'Etudes Du Commerce, a.a.O., S. 34. Vgl. Syndicat National Des Editeurs, Monographie de l'Edition, Paris 1963, S. 71.

<sup>73)</sup> Vgl. Syndicat National Des Editeurs, Monographie de l'Edition, Paris 1963, S. 71, und Centre D'Etudes Du Commerce, a.a.O., S. 34, und Meyer-Dohm, Peter, Buchhandel in Frankreich, in: Bertelsmann Briefe, Heft 24, Gütersloh 1963, S. 10.

<sup>74)</sup> Vgl. Dumazedier und Hassenforder, a.a.O., S. 34; Centre D'Etudes Du Commerce, a.a.O., S. 27.

<sup>75)</sup> Vgl. Centre D'Etudes Du Commerce, a.a.O., S. 36.

<sup>76)</sup> Vgl. Centre D'Etudes Du Commerce, a.a.O., S. 37 und S. 58.

Schwierigkeit für die ‚echten‘ Buchhandlungen, mit diesen Verkaufsstellen, die meist nur gängige Literatur in kleinen Mengen führen, zu konkurrieren, stellt sich das Problem der Vielfalt der Verkaufsbedingungen der Verlage für die Buchhandlungen. „Les conditions de vente sont tellement différents d'un éditeur à l'autre (et chez un même éditeur, entre une catégorie de titres et une autre), que certains libraires se sont demandés s'ils ne devraient pas classé les livres en rayon par ‚conditions des vente‘ des éditeurs“<sup>77</sup>). Weitaus negativere Wirkungen als extrem gestaffelte Verkaufskonditionen ergeben sich für die vertikale Preisbindung aus den stetigen Nachlässen, die Bibliotheken, Lehranstalten sowie öffentlichen Stellen gewährt werden. Einige französische Buchhändler qualifizieren dieses Gebaren als „cancer de la profession“, sie versuchen, die Zahl der Nachlaßheischenden zu reduzieren oder gar keine Preisnachlässe mehr zu gewähren.

So ist es nicht verwunderlich, daß selbst bei Buchhandlungen mit Nebenartikeln der Gewinn 3,1 % nicht übersteigt. Dabei sind Unternehmerlohn und Kapitalzins noch nicht berücksichtigt. Bemerkenswert ist die Tatsache, daß es gerade die ‚activités annexes‘ sind, die oft überhaupt erst einen Gewinn ermöglichen<sup>78</sup>).

Es wird vielfach verkannt, wie sehr der Erfolg bei Gewähren von Nachlässen vermindert wird. Barret zeigt in einer anschaulichen Tabelle (siehe nächste Seite), um wieviel der Verkauf steigen muß, wenn bei einer gegebenen Handelsspanne ein Nachlaß auf den Preis gewährt wird.

Geht man nicht von gegebenen Handelsspannen, sondern von eigenen Preisen aus, so sind die anzustellenden Betrachtungen ähnlich. Es scheint, daß sich die wenigsten Buchhändler dieser Sachlage bewußt sind.

Strukturelle Schwächen ergeben sich für den französischen Buchhandel aus der Vielzahl nichtqualifizierter Händler und aus der Vielfalt sich gegenseitig nicht ergänzender Vertriebswege. Darüber hinaus ist der Buchhandel nicht zu den wirtschaftlich gesunden und fortschrittlich ertragreichen Gewerbebezügen zu rechnen. So wird das Buch meist von buchhandelsfremden Personen vertrieben, die sich keiner kulturellen Verpflichtung bewußt sind, zum anderen fehlt dem Buchhandel die gesunde wirtschaftliche Basis, die erst ein Tätigwerden über die normalen Handelsfunktionen hinaus ermöglicht. Dies führt dann zu der paradoxen Erscheinung, daß trotz der zahlreichen Absatzwege und verkaufsstellen ein *représentatives* Literaturangebot die Massen nicht erreicht.

---

<sup>77</sup>) Centre D'Etudes Du Commerce, a.a.O., S. 66.

<sup>78</sup>) Centre D'Etudes Du Commerce, a.a.O., S. 109 und S. 111.

| Si le bénéfice<br>primitif était de: | et si la diminution<br>du prix est de: | l'accroissement du<br>montant des ventes<br>doit être de: |
|--------------------------------------|----------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| (pourcentage)                        | (pourcentage)                          | (pourcentage)                                             |
| 20                                   | 5                                      | $33\frac{1}{3}$                                           |
| 30                                   | 5                                      | 20                                                        |
| $33\frac{1}{3}$                      | 5                                      | 17,8                                                      |
| 40                                   | 5                                      | 14,25                                                     |
| <hr/>                                | <hr/>                                  | <hr/>                                                     |
| 20                                   | 10                                     | 100                                                       |
| 30                                   | 10                                     | 50                                                        |
| $33\frac{1}{3}$                      | 10                                     | 42,4                                                      |
| 40                                   | 10                                     | $33\frac{1}{3}$                                           |
| <hr/>                                | <hr/>                                  | <hr/>                                                     |
| 20                                   | 15                                     | 300                                                       |
| 30                                   | 15                                     | 200                                                       |
| $33\frac{1}{3}$                      | 15                                     | 81,8                                                      |
| 40                                   | 15                                     | 60                                                        |
| <hr/>                                | <hr/>                                  | <hr/>                                                     |
| 30                                   | 20                                     | 200                                                       |
| $33\frac{1}{3}$                      | 20                                     | 150                                                       |
| 40                                   | 20                                     | 100 <sup>79)</sup>                                        |
| <hr/>                                | <hr/>                                  | <hr/>                                                     |

<sup>79)</sup> Barret, François, La Politique des prix imposés, Tome 37, Paris 1935, S. 119/120.

### c) Betrachtungen zur gegenwärtigen Lage des französischen Buchhandels

Während sich in der allgemeinen Wirtschaftspolitik eine weitgehende Änderung abzeichnet<sup>80)</sup>, kommt es in einzelnen Teilbereichen noch zu systemindifferenten Eingriffen, so insbesondere in der Preispolitik. Was nun die vertikale Preisbindung betrifft, so haben sich Hersteller, Händler und Konsumenten den Gegebenheiten derartig angepaßt, daß es zumindest nicht zu dauernden und nachhaltigen Preiseinbrüchen kommt, andererseits negative Erscheinungen aber nicht aufzuhalten sind. Für die Situation im Buchhandel lassen sich nun einige Besonderheiten herausstellen.

Zu den allgemeinen Sorgen und vielfältigen Schwierigkeiten, die dem Buchhandel eigen sind, kommen die ungenügende Verbreitung des Buches und die unglücklichen Verhältnisse der verschiedenen Vertriebswege<sup>81)</sup>, was nicht zuletzt eine Folge der Aufhebung der vertikalen Preisbindung ist. Der Cercle De La Librairie hat es sich zur Aufgabe gemacht, die Interessen der Buchhändler und Verleger zu koordinieren. Eine der wesentlichsten Vorhaben dieser Vertretung des gesamten französischen Buchhandels, den Vertrieb von Büchern den qualifizierten und fähigen Buchhändlern zu überlassen, wurde durch den Erlaß vom 9. August 1953 in starkem Maße beeinträchtigt. Den Verlegern war es nicht möglich, der beunruhigenden Betätigung von Vereinigungen, die in großen Mengen Bücher einkauften und infolge des erhöhten Rabatts billiger als manche Buchhandlung verkaufen konnten, mit einem 'refus de vente' zu begegnen. Eine Erleichterung ergab sich mit dem Erlaß vom 24. Juni 1958: „Il n'y a pas délit (refus de vente) lorsque le refus est opposé dans des conditions conformes aux usages commerciaux“<sup>82)</sup>. Der Wirksamkeit dieser Möglichkeit war jedoch kein durchschlagender Erfolg beschieden. In der nachfolgenden Zeit kam es sogar zu Preisunterbietungen in verschiedenen Buchhandlungen, die sich z. B. in einem 'carnet des cadres' verpflichteten, einer bestimmten Berufsgruppe 15 % Rabatt zu gewähren. Nach einem Besuch bei 4 Buchhandlungen dieser Art in Paris stellte sich heraus, daß äußerst unrentabel gearbeitet wurde, da sich der gewährte Rabatt nicht in einem entsprechenden Mengenabsatz auswirkte.

Betrachtet man die zahlreichen Eingriffe, Anweisungen und Ratschläge der französischen Regierung, so stellte sich die Frage, welchen Zweck und welches Ziel die Aufhebung der vertikalen Preisbindung überhaupt für den Buchhandel hat. Denn zu Formeln, mit deren Hilfe der Verleger den Preis der Bücher er-

<sup>80)</sup> Vgl. Jetter, Karl: Das Fiasko der Planifikation, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung, Nr. 200, Frankfurt 1964, S. 5.

<sup>81)</sup> Vgl. Rodolphe-Rousseau, Jacques, in: Génin, M. T., L'Editeur, Paris 1960, S. 7. Centre D'Etudes Du Commerce, a.a.O., Les Problèmes De La Distribution Des Livres, S. 1. Escarpit, R., Sociologie De La Littérature, Paris 1960, S. 90.

<sup>82)</sup> Vgl. Génin, M. T., a.a.O., S. 48.

rechnen kann<sup>83)</sup>, ist von öffentlicher Seite auch der Rahmen für die Handelsspannen gesteckt: „Elles sont de 33 ou 30% pour la littérature générale, de 30% et 13/12 pour les classiques, de 25% pour le droit, les ouvrages techniques et la médecine“<sup>84)</sup>. Mit dem schon erwähnten Erlaß vom 9. August 1953 wurde dem Verleger zugebilligt, daß er seinen besten Kunden einen zusätzlichen Nachlaß von 7% gewähren kann.

<sup>83)</sup> Seit dem Erlaß vom 7. Januar 1959 unterliegen nur noch die Schulbücher und die wissenschaftlichen Veröffentlichungen den Preisformeln des Erlasses vom 20. Juni 1954 betreffend die Höchstpreise von Büchern zum Verkauf an das Publikum.

Ouvrages Scolaires

$$c = \frac{2,1 F}{1 - (kd + r)}$$

$k = 2$  pour  $d \leq 10\%$ .

$k = 1,9$  pour  $10\% < d < 15\%$ .

$k = 1,8$  pour  $d \geq 15\%$ .

$r = 0,34$  au maximum.

Ouvrages Techniques

Si  $d \leq 10\%$

$$c = \frac{3,3 F}{1 - 3,3 d}$$

Si  $d > 10\%$

$$c = \frac{2,5 F}{(1 - kd + r)}$$

$k = 2$  pour  $d = 10\%$ .

$k = 1,9$  pour  $10\% < d < 15\%$ .

$k = 1,8$  pour  $15\% \leq d \leq 17,5\%$ .

$k = 1,7$  pour  $d > 17,5\%$ .

$k = 0,29$  au maximum.

C = Prix de vente au public d'un volume (prix de catalogue marqué).

F = Prix de fabrication unitaire de chaque volume, hors taxes, tel qu'il résulte de la fiche de fabrication établie par l'éditeur, sur la base des prix facturés pour le papier, l'impression et le cartonnage: ces prix doivent être établis dans les limites fixées par la réglementation des prix en vigueur pour ces produits et services.

d = Droit d'auteur pour 1 F de prix de catalogue (soit 0,10 F pour un droit d'auteur de 10%, etc.).

r = Remise moyenne à la distribution dont les maxima ont été évalués à 34% pour les ouvrages scolaires; 29% pour les ouvrages techniques; 39% pour les grandes publications encyclopédiques (soit respectivement 0,34 F, 0,29 F et 0,39 F pour 1 F de prix de catalogue).

k = Coefficient ne variant qu'en fonction de l'importance du droit d'auteur.

Vgl. Génin, M. T., a.a.O., S. 45, und Syndicat National Des Editeurs, Monographie de l'Edition, Paris 1963, S. 64.

<sup>84)</sup> Génin, M. T., a.a.O., S. 55.

Die Inkonsequenz der staatlichen Maßnahmen zeigt sich weiter in der Tatsache, daß auf dem Buchumschlag, oder der ersten Seite des Buches der Verkaufspreis (prix fort) vom Verleger eingedruckt sein soll<sup>85)</sup>.

Trotz der mannigfaltigen Schwierigkeiten bemühen sich Verleger und Buchhändler nicht nur, sich den Gegebenheiten anzupassen, sondern auch dem Fortschritt Rechnung zu tragen.

Die im Jahre 1950 gegründete 'Société De Caution Mutuelle Des Editeurs Français De Livre' soll die Vorfinanzierung solcher Werke sicherstellen, die dafür besonders geeignet erscheinen und auch im Ausland zum Verkauf angeboten werden<sup>86)</sup>.

Mit der 'Société De Caution Mutuelle Pour La Modernisation Et L'Equipe-ment Des Libraires' schufen Verleger und Buchhändler eine Institution, die seit 1959 Buchhändlern Kredite gewährt, mit denen Rationalisierungsmaßnahmen durchgeführt werden können<sup>87)</sup>.

Eine wesentliche Erleichterung für den Verleger und gleichzeitig eine Verbesserung der Expedition von Büchern in die Provinz stellte die Gründung des 'Dépot Central Du Livre' im Jahre 1960 dar. Sämtliche für die Provinz bestimmten Bücher können an einer einzigen Stelle abgegeben werden<sup>88)</sup>.

In jüngster Zeit wurde 'Le Centre Français Du Livre' (C.F.L.) im Frühjahr 1961 und 'Le Centre De Productivité Du Livre' im Mai 1962 gegründet. Während das C.F.L. sich mit Finanzierungs- und Rentabilitätsfragen beschäftigt, sucht das 'Centre De Productivité' die Vertriebswege den gegenwärtigen wirtschaftlichen Bedingungen anzupassen und die Zusammenarbeit der Verleger und Buchhändler besonders auf technischem Gebiet zu fördern. Darüber hinaus umfaßt das Programm Studien, Forschungsarbeiten und Umfragen, die dem Buchhandel helfen sollen, die Arbeitsbedingungen zu verbessern und die Modernisierung der Buchläden voranzutreiben<sup>89)</sup>.

Eines der wesentlichsten Hilfsmittel des Buchhändlers ist die 'Bibliographie de la France', die, von dem 'Cercle de la Librairie' herausgegeben, schon seit mehr als 150 Jahren existiert. Die einmal wöchentlich erscheinende Ausgabe gliedert sich in 3 Teile:

- „Les notices du Dépot légal établies par la Bibliothèque nationale;
- Une chronique assurant la documentation professionnelle en publiant les lois et décrets intéressant la profession;
- Une table méthodique des nouveautés parues en librairie“<sup>90)</sup>.

<sup>85)</sup> Génin, M. T., a.a.O., S. 42; Nérét, J. A., Manuel Pratique D'Edition Et De Librairie, Paris 1951, S. 134.

<sup>86)</sup> Vgl. Syndicat National Des Editeurs, Monographie de l'Edition, Paris 1963, S. 29.

<sup>87)</sup> Vgl. Syndicat National Des Editeurs, Monographie de l'Edition, Paris 1963, S. 30.

<sup>88)</sup> Vgl. Syndicat National Des Editeurs, Monographie de l'Edition, Paris 1963, S. 32.

<sup>89)</sup> Vgl. Syndicat National Des Editeurs, Monographie de l'Edition, Paris 1963, S. 31/32.

<sup>90)</sup> Vgl. Génin, M. T., a.a.O., S. 23.

Mit der Veröffentlichung des Buchpreises in der Bibliographie de la France wird der Verleger von der Pflicht befreit, den Verkaufspreis dem 'Service des Prix' mitzuteilen<sup>91)</sup>.

Trotz dieser zuletzt erwähnten, beachtenswerten Bestrebungen im französischen Buchhandel kann festgestellt werden, daß die allgemeinen Schwierigkeiten nach Aufhebung der vertikalen Preisbindung eher zu- als abgenommen haben. Zusammenfassend soll versucht werden, die nachteiligen Wirkungen herauszustellen, die in Verbindung mit der vertikalen Preisbindung stehen und einer Lösung bedürfen.

Die in allen Wirtschaftsbereichen dominierende Zentralisation wurde durch die Aufhebung der vertikalen Preisbindung eher gefördert als beeinträchtigt. Das Nichtvorhandensein eines weitverzweigten Sortimenternetzes stellt eine der wesentlichsten Schwächen des französischen Buchhandels dar<sup>92)</sup>. Dieser Zustand wurde mit der stetig wachsenden Zahl nichtqualifizierter Buchverkaufsstellen gefestigt. Die meisten noch vorhandenen Buchhandlungen mußten Nebenartikel in ihr Sortiment aufnehmen, die bald schon die Haupteinnahmequelle darstellten<sup>93)</sup>. Die manchmal überraschenden Staatseingriffe lassen es fraglich erscheinen, ob die Aufhebung der vertikalen Preisbindung überhaupt im Interesse einer liberalen, sozialen, gelenkten Marktwirtschaft erfolgte, oder ob rein administrative und politische Gesichtspunkte ausschlaggebend waren. So bedeutete die Veröffentlichung im „Bulletin officiel des prix“ im August 1962, mit sofortiger Wirkung die Ladenpreise für Schulbücher<sup>94)</sup> um 10% zu senken, einen Eingriff in das Preisgefüge, der nicht ohne Auswirkung auf die Rentabilität und das Kostengefüge der betroffenen Verleger blieb.

Wenn der französische Buchhandel sich auch nicht 'au pied du mur' befindet, wie Angoulvent<sup>95)</sup> feststellt, so muß doch die gegenwärtige Situation zu ernststen Bedenken Anlaß geben. Darüber kann auch nicht die Tatsache hinwegtäuschen, daß der gesamte Umsatz in den letzten Jahren zugenommen hat, was eher den traditionell buchhändlerischen und den liberalen Kräften zu verdanken ist als den planwirtschaftlich orientierten Maßnahmen.

---

<sup>91)</sup> Vgl. Génin, M. T., a.a.O., S. 24.

<sup>92)</sup> Vgl. Génin, M. T., a.a.O., S. 54; Picquot, Raymond, *Je suis Libraire*, Paris 1955, S. 57/58; Centre D'Etudes Du Commerce, Kapitel: *Le Commerce Du Livre*, S. 10, und Kapitel: *L'Originalité Du Livre Comme Marchandise*, a.a.O., S. 24; Nérét, J. A., *Histoire illustrée de la librairie et du livre français*, Paris 1953, S. 303.

<sup>93)</sup> Vgl. Parvillez, A. de, *Le Livre*, Paris 1950, S. 44; Picquot, R., a.a.O., S. 55.

<sup>94)</sup> Inzwischen schreitet die 'Schulbuchfreiheit' voran. So billigte die Regierung einen Kredit in Höhe von 14 Millionen Francs, der Schulbücher im gleichen Gegenwert sicherstellen soll. Vgl. *Le Monde*, Paris 12. Juli 1963, S. 16.

<sup>95)</sup> Vgl. Angoulvent, P., *L'édition français au pied du mur*, Paris 1960.

Mit Benaerts, Délégué Général, Conseil National du Commerce ist im allgemeinen übereinzustimmen, „daß die Erfahrung mit dem Verbot der Preisbindung, ob sie nun die Verurteilung des Prinzips als solches bedeutet oder nicht, nicht nur ihre Anziehungskraft nicht verminderte, sondern in Frankreich geradezu zu einer Rehabilitation der Preisbindung der zweiten Hand, welche etwas eilig dem Kartellpreis gleichgestellt worden war, führte“<sup>96)</sup>.

Darüber hinaus kann für den Buchhandel insbesondere festgehalten werden, daß es durch die Aufhebung der vertikalen Preisbindung zwar zu dem gewünschten Preiswettbewerb kam, was aber insofern zu nachteiligen Wirkungen führte, als in zunehmendem Maße Buchhandlungen der steigenden Zahl unqualifizierter Verkaufsstellen weichen oder aber zur Aufnahme gewinnbringenderer Artikel greifen mußten.

### III. Die vertikale Preisbindung in Marktwirtschaften, in denen versucht wird, den kulturellen Wirkungen des Buchhandels in weitem Maße Rechnung zu tragen

Seitdem in einzelnen Wirtschaftssystemen versucht wird, den Gedanken des "fair and open competition" zu verwirklichen, wurde die Institution der vertikalen Preisbindung zunehmend kritisch betrachtet. Nach den eingehenden wirtschaftstheoretischen Diskussionen über die Wirkungen der vertikalen Preisbindung<sup>1)</sup> kann festgestellt werden, daß einzelne Regierungen westlicher Länder der Zulassung der vertikalen Preisbindung zwar ablehnend gegenüberstehen, sich aber andererseits praktischen Argumenten nicht verschließen und wohlbegründeten Ausnahmen zustimmen.

#### *Die Situation des englischen Buchhandels und das Ergebnis der 'hearings' des Restrictive Trade Board zum Net Book Agreement*

Der hohe Grad wirtschaftlicher Konzentration und die vielfältigen horizontalen und vertikalen Bindungen der Vorkriegsjahre werden in zunehmendem Maße von der Einstellung der englischen Regierung zu einem stärkeren Wettbewerb geprägt<sup>2)</sup>. Mit dem Erlass des Restrictive Practices Act im Jahre 1956

<sup>96)</sup> Benaerts, P., a.a.O., S. 55.

<sup>1)</sup> Vgl. vor allem: Küng, Emil, Die Preisbindung in volkswirtschaftlicher Sicht, Preisbindung und Boykott, Rüşchlikon 1958; Wilhelm, Herbert, Preisbindung für Markenartikel, Freiburg i. Br. 1960; Hax, Herbert, Vertikale Preisbindung in der Markenartikelindustrie, Köln/Opladen 1961; Krelle, Wilhelm, Preistheorie, Kapitel: Mehrstufiger Absatz — Handel — Preisbindung der zweiten Hand, Tübingen und Zürich 1961; Günther, Eberhard, Neue Erfahrungen mit der Preisbindung in Handel und Industrie in Deutschland, Der Markenartikel in der neuen Handelsstruktur, Rüşchlikon 1960.

<sup>2)</sup> Vgl. Allen, G. C., The British Economy, in: Wirtschaftssysteme des Westens, a.a.O., Bd. I, S. 65 ff.

wurde die Möglichkeit, die vertikale Preisbindung auf kollektiver Basis durchzuführen, abgeschafft "though it made provision for the legal enforcement of individual resale price maintenance" <sup>3)</sup>).

Im Jahre 1938 wurden ungefähr 30 % der gesamten Konsumentenausgaben für Waren ausgegeben, deren Verkaufspreis von den Herstellern festgesetzt oder empfohlen waren <sup>4)</sup>. Eine im Jahre 1960 durchgeführte Schätzung zeigt deutlich die Abnahme der preisgebundenen Artikel, da nur etwa 23 % aller Konsumausgaben auf preisgebundene Erzeugnisse entfallen <sup>5)</sup>.

#### a) Die marktwirtschaftlichen Daten des englischen Buchhandels

Von den 1200 in 'The Bookseller' genannten Verlegern veröffentlichen 350 90 % des gesamten Buchumsatzes. Von den 7000 Buchhändlern, die von der Publishers Association registriert werden, dürften etwa 2700 der in der Booksellers Association zusammengeschlossenen Buchhandlungen jeweils ein umfassendes Lager führen. In weiteren 40 000 Zeitungsständen werden meistens die billigeren Bücher vertrieben <sup>6)</sup>. Das weitverzweigte Netz repräsentativer Buchhandlungen und die verhältnismäßig gut funktionierenden Absatzwege sind in großem Maße der Initiative und Zusammenarbeit der Verleger- und Buchhändlervereinigungen zu verdanken. Eine wesentliche Voraussetzung war dabei die Schaffung eines einheitlichen Ladenpreises, "the so-called Net Book Agreement was the bed rock on which book distribution is founded" <sup>7)</sup>.

Mit der ersten Fassung von 1899 wurde den ruinösen Preiskämpfen ein Ende bereitet. Die immer wieder vorgenommenen Versuche einiger Buchhändler, ihren Umsatz dadurch zu steigern, daß sie unter den vom Verleger festgesetzten Buchpreisen verkauften, konnten in ihrer Gesamtheit von den Verlegern d. h. von der Publishers Association, durch geeignete Maßnahmen unterbunden werden.

Seit 1957 kann — gemäß der neuen Fassung des 'Net Book Agreement' — nur noch der einzelne Verleger gegen Preisbindungsverstöße eines Buchhändlers vorgehen. Obwohl auch in England die neuen Vertriebsformen zu Schwierigkeiten im traditionellen Gefüge des Buchhandels führten, wurde die Not-

<sup>3)</sup> Allen, G. C., a.a.O., S. 81. Vgl. auch Franck, L., *La Libre Concurrence*, a.a.O., S. 76/77.

<sup>4)</sup> Vgl. Report of the Committee on Resale Price Maintenance, London 1949, S. 1.

<sup>5)</sup> Vgl. Andrews, P. W. und Friday, F. A., *Fair Trade Resale Price Maintenance Re-Examined*, London 1960, S. 7/8.

<sup>6)</sup> Vgl. Hampden, John (Hrsg.), *The Book World Today*, London 1957, S. 38/39.

<sup>7)</sup> Hampden, J., a.a.O., S. 43. Unter 'Net-Books', die den weitaus größten Teil der verkauften Bücher stellen, werden die neu veröffentlichten Bücher verstanden, deren Verkaufspreise vom Verleger festgesetzt wurden und die den Bestimmungen des 'Net Book Agreement' unterliegen. Die sog. 'Subject-Books' sind nicht Gegenstand des 'Net Book Agreement' und können vom Buchhändler mit Rabatt verkauft werden.

wendigkeit des Vorhandenseins repräsentativer Buchhandlungen mit umfassendem Sortiment anerkannt. "It has long been held that the booke trade, with 300000 different titles to sell, needs a network of shops carrying not merely the popular books of the day, but also as wide a selection as possible of the slower selling titles could be discounted to the public, booksellers carrying general stocks of books would be forced out of business or, alternatively, forced to devote much more of their space, time and capital to the sale of more profitable goods. Therefore the Net Book Agreement helped to preserve the publishers' means of distribution, and thus claimed, to provide the public with a bookselling service that it would not otherwise enjoy"<sup>8)</sup>).

Durch ständige Rationalisierung und Modernisierung wurde der geänderten Marktsituation Rechnung getragen, wobei die vertikale Preisbindung für die Durchführung dieser Maßnahmen kein Hindernis bedeutete.

Trotz der Vielfältigkeit der modernen Vertriebswege erfolgt der Buchabsatz vorwiegend durch den Buchhandel. Vom nationalen Buchumsatz entfielen im Jahre 1955 etwa 78,6% auf den Verkauf durch den Buchhandel, ungefähr 14,3% für die Lieferung an Lehranstalten und öffentliche Stellen, auf Neubestellungen durch die Bibliotheken schließlich 5,4% und durch die Buchgemeinschaften 1,7%<sup>9)</sup>).

Erfolg und Bedeutung des englischen Buches in aller Welt wurden zuletzt erst auf der Basis der vertikalen Preisbindung ermöglicht. Mit ungefähr 40% vom Gesamtumsatz des Buchhandels steht England vor Frankreich und den USA, die um die Hälfte weniger Bücher exportieren, an der Spitze aller exportierenden Länder der Welt.

#### b) Ergebnis und Folgerung der Urteilssprechung des Kartellgerichts zum 'Net Book Agreement'

Am 30. Oktober 1962 entschied Richter Buckley nach 24 Tagen Verhandlungen und 'hearings' (vom 25. Juni bis 27. Juli), daß das 'Net Book Agreement' den Bestimmungen des Restrictive Practices Act von 1956 nicht entgegenstehe<sup>10)</sup>.

<sup>8)</sup> Hampden, J., a.a.O., S. 44/45 und S. 70. Vgl. auch Andrews, P. W. S. und Friday, F. A., a.a.O., S. 74/75.

<sup>9)</sup> Hampden, J., a.a.O., S. 239.

<sup>10)</sup> Vgl. The Bookseller, London, 3. November 1962, S. 1824—1858. Eine Zusammenfassung des Urteils in deutscher Sprache ist im Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel veröffentlicht, Frankfurt, 9. November 1962/90, S. 1969—1972. Vgl. auch Gleiß, A., Preisbindung für Bücher in England vom Kartellgericht bestätigt, in: Der Markenartikel, Heft 12, München 1962, S. 995.

Die Fassung des 'Net Book Agreement' von 1957 enthält im wesentlichen folgende Bestimmungen<sup>11)</sup>: Über 500 Verleger verpflichteten sich, für 'net books'<sup>12)</sup> einheitliche Verkaufsbedingungen anzuwenden. Diese Bücher — der Verleger selbst kann frei entscheiden, ob er ein Buch den 'net books' zuordnet oder nicht<sup>13)</sup> — werden, von einigen Ausnahmen abgesehen, zu einem einheitlichen, von den Verlegern festgesetzten Preis an das Publikum verkauft. Dabei ist unter Publikum nicht nur der einzelne Leser zu verstehen, sondern auch Organisationen, Zusammenschlüsse und Vereinigungen. Diese Definition schließt so die Konkurrenz von Interessengemeinschaften aus, die sich — wie es in Frankreich zur Zeit der Fall ist — nur bilden, um Bücher billiger einzukaufen. Eine Neuveröffentlichung darf innerhalb eines Jahres nicht unter dem festgesetzten Ladenpreis verkauft werden. Als Verstoß gegen das Buchabkommen gilt auch jede Rabattgewährung oder ähnliche Leistung an den Käufer. Dies gilt selbst für den Verkauf an Bibliotheken, Lehranstalten und öffentliche Institutionen, soweit von den Verlegern keine Ausnahmebedingungen gewährt werden.

Mit der Veröffentlichung der Preise im 'Bookseller' und im Verlagskatalog, wodurch die Buchhändler von der vertikalen Preisbindung in Kenntnis gesetzt sind, erhält der Verleger den Anspruch, auch gegen preisunterbietende Außen-seiter vorzugehen. Wie schon erwähnt, steht es jedem Verleger frei, seine Bücher der Gruppe der net books zuzuordnen und feste Ladenpreise anzugeben. Trotz dieser Möglichkeit — nämlich frei zu entscheiden — liegt eine Wettbewerbsbeschränkung im Sinne des 'Restrictive Practices Act' vor. Die wichtigste Bestimmung, um die festgesetzten und veröffentlichten Preise durchzusetzen, lautet:

„Wir, die unterzeichneten Verlegerfirmen, vereinbaren zu ermächtigen und ermächtigen hierdurch jeder für sich den ‚Rat der Verlegervereinigung‘ (Council of the Publishers Association), bei der Einholung der Informationen hinsichtlich Vertragsbrüchen von Personen, die Netto-Bücher verkaufen oder anbieten, als unser Vertreter (agent) zu handeln. Der Rat soll jeden einzelnen Verleger über Vertragsbrüche hinsichtlich der von ihm verlegten Bücher unterrichtet halten. Außerdem verpflichten wir uns hierdurch, daß jeder von uns seine vertraglichen

---

<sup>11)</sup> Vgl. Centre D'Etudes Du Commerce, Tome I, Kapitel: Les Prix de Vente, a.a.O.

<sup>12)</sup> Zum Begriff der 'net books' führt 'The Bookseller' folgendes aus: "This term means for the purposes of agreement a book published at a price fixed by the publisher below which, subject to certain exceptions, it may not be sold to the public." The Bookseller, 3. November 1962, S. 1924.

<sup>13)</sup> Vgl. The Bookseller, 3. November 1963, a.a.O., Kapitel: Freedom of Publishers, S. 1837.

Rechte und seine auf dem Restrictive Practices Act von 1956 beruhenden Rechte durchsetzen wird, wenn der ‚Rat der Verlegervereinigung‘ ihn hierzu auffordert . . .“<sup>14)</sup>.

Der Verband machte vor dem Kartellgericht geltend, daß das Abkommen gem. Art. 21 des Restrictive Practices Act<sup>15)</sup> gerechtfertigt sei. Er argumentierte, daß der einzelne Leser wie die Öffentlichkeit infolge des ‚Net Book Agreement‘ wesentliche Vorteile genieße. So würden ohne diese buchhändlerische Regelung die Bücherpreise steigen und die Zahl qualifizierter Buchhändler mit reichhaltigem Buchlager abnehmen; und darüber hinaus würden die Kundenberatung sowie die gesamten buchhändlerischen unbezahlten Dienstleistungen wegfallen. Nicht zuletzt würde dann das Titelangebot in seinen vielfältigen Erscheinungsformen in einem Maße begrenzt, das sich nicht nur auf nationaler Ebene, sondern auch auf den Buchexport negativ auswirkt.

Zu Beginn der Verhandlung vor dem Restrictive Practices Court wurde herausgestellt, daß ‚Bücher anders sind‘ (Books are different)<sup>16)</sup>.

Zwei Bücher verschiedener Autoren zu demselben Thema sind niemals identisch; zwei Bücher einer Auflage sind sich so ähnlich, daß gerade in diesem Falle die vertikale Preisbindung zur Wirkung kommt und kommen soll.

Herstellung und Marketing<sup>17)</sup> für Bücher stellen einzigartige Forderungen an Verlag und Buchhandel, da die Nachfrageelastizität für Bücher nicht bestimmbar ist<sup>18)</sup>, und zwar einmal in bezug auf die Art des Buches, z. B. esoterische Werke, Lexika oder wissenschaftliche Bücher, und zum anderen in bezug auf den Bildungsstand und das Einkommen des Lesers. So kann nicht vorausgesehen werden, ob das Buch „some known public appetite, or need“ befriedigen oder gar zur Lösung eines gewissen Problems beitragen kann, wie das bei anderen Erzeugnissen denkbar ist.

Die Vielfalt der Titel, die innerhalb eines Jahres nicht ‚ankommen‘, macht das Verlagsgeschäft zu einem äußerst spekulativen und risikoreichen Unternehmen. Dabei ist entscheidend, daß wenige gutgehende Bücher eine Vielzahl von literarisch bedeutungsvollen, aber wirtschaftlich unrentablen Büchern finan-

<sup>14)</sup> Übersetzung aus dem Englischen von Gleiß, A., a.a.O., S. 995.

<sup>15)</sup> Vgl. zu den Kriterien des Art. 21 Franck, L., *La Libre Concurrence*, a.a.O., S. 72.

<sup>16)</sup> Die Darstellung des Verlaufs der Verhandlung und das Ergebnis der Urteilsbegründung stützt sich auf die Ausführungen in der Zeitschrift *‘The Bookseller’* vom 3. November 1962.

<sup>17)</sup> „Marketing ist der Ausdruck für eine schöpferische Erfassung sowie Gestaltung und Formung des Marktes.“ Schwenzner, J. E., *Marketing*, Handwörterbuch der Betriebswirtschaft, Stuttgart 1957/60, Sp. 3889. Vgl. auch Hinz, S., *Marketing* — Ein Beitrag zum Wandel in der Absatzstrategie, in: *Betrieb und Markt*, Bd. VI, Wiesbaden 1962, S. 23—35.

<sup>18)</sup> Vgl. Pirou, G., *Le Mécanisme de la vie économique, La valeur et les prix*, Paris 1948, S. 137/138. Meyer-Dohm, P., *Der westdeutsche Büchermarkt*, Stuttgart 1957, S. 70 ff.

zieren; wobei der Verleger oft genug auf eine gesunde 'back-list'<sup>19)</sup> zurückgreifen muß. Im Gegensatz wird in anderen Wirtschaftszweigen eine einzige falsch beurteilte Marktchance von der Masse wirtschaftlich rentabler Erzeugnisse getragen.

Ein weiteres Merkmal der Einzigartigkeit des Buchmarktes sind die Einnahmen aus Nebenrechten (subsidiary rights). Dabei sind vor allem zwei Möglichkeiten von Bedeutung. Ist ein Buch auf dem Markt erfolgreich und ergibt sich darüber hinaus aus den Nebenrechten ein Gewinn, so stellt der Verleger den notwendigen Ausgleich nicht nur mit dem Ertrag aus den hohen Auflagen des Bucherfolges, sondern auch aus den Einnahmen der Nebenrechte her. Dem hohen Risiko steht hier ein hoher Gewinn gegenüber. Die Tatsache, daß trotz eines Bucherfolges erst mit den Einnahmen aus den Nebenrechten ein Gewinn erzielt wurde<sup>20)</sup>, darf nicht dazu verleiten, die Absatzchancen auf Grund der 'subsidiary rights' im Verkaufspreis des Buches berücksichtigen zu wollen. Für diese und noch denkbare Fälle sind das Risiko und die Zeit entscheidend. Ebenso spekulativen und risikoreichen Charakter wie die Bücher haben die Nebenrechte, deren Wirkung meist erst dann zu erkennen ist, wenn dem Buch schon Erfolg oder Nichterfolg beschieden war.

Bei der Preisbildung kommt dem Verleger die Marktübersicht qualifizierter Buchhändler zugute. Obwohl damit die Frage der Auflagenhöhe nicht gelöst wird, läßt es doch erkennen, in welchem Maße sich eine gute Zusammenarbeit von Verleger und Buchhändler auf Buch, Leser und Literatur auswirken kann.

Mit dem Begriff 'Watching Sales' wird die Aufgabe des Verlegers und des Buchhändlers umrissen, Titelzahl und Verkaufserfolg zu beobachten. Während sich bei einem Verleger mehr als 15 000 Titel gleichzeitig in Druck befinden können, bietet der Buchhändler mit einem sehr guten umfassenden Sortiment ungefähr 20 000 Titel zum Verkauf an. Die Überwachung von Lagerhaltung, Verkaufsaussichten und Absatzerfolg stellen den Verleger vor das schwierige Problem der Abstimmung. So ist es nicht ungewöhnlich, daß sich ein Verleger zu einer neuen Auflage entschließt, wenn die Nachfrage nach einem Buch sehr groß ist. Bei Erscheinen der Neuauflage kommt es dann zu Verkaufsschwierigkeiten<sup>21)</sup>, deren Ursachen nicht im wirtschaftlichen Bereich liegen.

Das Prinzip des 'free (fair) and open competition' wird von den Verlegern in jeder Hinsicht bei ihrer Tätigkeit befolgt. Gerade den Preiswettbewerb unter den Verlegern verhindert das Buchabkommen in keiner Weise. Abgesehen von

---

<sup>19)</sup> "A publisher's profits, moreover, are not derived only from newly published books but also from his 'back-list', that is to say, from the sale of books published in earlier years which have been kept in print." *The Bookseller*, 3. November 1962, a.a.O., S. 1825.

<sup>20)</sup> Vgl. *The Bookseller*, 3. November 1962, a.a.O., S. 1825.

<sup>21)</sup> Vgl. *The Bookseller*, 3. November 1962, a.a.O., S. 1828.

der Konkurrenz, die alle wirtschaftlichen Faktoren berührt, zeigt sich der Wettbewerb schon bei der Wahl des Autors und des Themenkreises, der für diesen Wirtschaftsbereich einmalig ist.

Der Buchhandel kann in vier Gruppen eingeteilt werden. Die wenigsten Buchhändler befassen sich ausschließlich mit der Belieferung von Bibliotheken und öffentlichen Institutionen. Diese Geschäfte haben geringe Gesamtkosten und unterhalten kaum Lager.

Fachgeschäfte, die sich z. B. in Jagdausrüstungen oder Sportartikeln spezialisiert haben, führen Jagd- bzw. Sportbücher.

Eine dritte Gruppe stellen die Händler dar, die — ohne nennenswertes Lager bestimmte Bücher nur als Nebenartikel führen; dazu gehören die zahlreichen reichen Zeitungs- und Zeitschriftenverkaufsstellen.

Schließlich ist die Gruppe zu nennen, die nicht nur wirtschaftlich den Hauptanteil des Buchgeschäfts trägt, sondern darüber hinaus gemeinsam mit den Verlagen das 'image' des Buches in der Öffentlichkeit formt. 750 von 3000 der Booksellers Association angeschlossenen Buchhandlungen führen ein umfassendes Lager. Das herausragende Beispiel ist wohl die Buchhandlung Blackwell's in Oxford mit über 60 000 Titeln. Es besteht kein Zweifel, daß ein gut assortiertes Lager und dessen Angebot den Buchverkauf in modernen, repräsentativen Buchhandlungen fördern. Diese Sortimente bestreiten die weitaus größte Zahl der Vorausbestellungen und helfen so das verlegerische Risiko einzuschränken.

Die Mehrzahl der Buchhändler bietet den Kunden eine Reihe von Diensten besonderer Art, "to which it is very difficult perhaps impossible, to find a parallel in any other trade" <sup>22)</sup>). Neben der Kundenberatung ist besonders der Bestelldienst zu erwähnen, der in zuverlässiger Art und verhältnismäßig kurzer Zeit Bücher besorgt, die im Lager nicht vorrätig sind. Dies ist eine sowohl zeitmäßige wie kostspielige Belastung für den vertreibenden Handel. Von 2786 Bestellungen in der Buchhandlung Blackwell's an einem Tag waren 1188 am Lager, die restlichen 1598 Titel mußten bei 246 Verlegern bestellt werden. Um die Wünsche erfüllen und die Anfragen aller Kunden beantworten zu können, unterhalten die Buchhandlungen detaillierte Katalogeinrichtungen, die fundierte Fachkenntnisse voraussetzen.

Gerade das Bestellwesen im Buchhandel stellt eine einzigartige Leistung dar. So können zum Beispiel nicht nur Bücher der 200 000 am Markt vorhandenen Titel besorgt werden, sondern auch solche Bücher, die antiquarisch gesucht werden müssen. Diese zusätzlichen Dienste sind nicht kalkulierbar und können dem Kunden auch nicht in Rechnung gestellt werden. Vom 'Net Book

---

<sup>22)</sup> The Bookseller, 3. November 1962, a.a.O., S. 1832.

Agreement' her wäre eine Berechnung durchaus möglich gewesen. Abgesehen von der Schwierigkeit, die Berechnung in bezug auf die Zeit und die Belastung durchzuführen, würde damit der Unwille der Kunden herausbeschworen.

Obwohl die Variationsmöglichkeiten der Handelsspannenpolitik äußerst vielfältig sind<sup>23)</sup>, kann ein einheitliches Schema für die gegebenen Rabatte aufgestellt werden. Auf Bücher der Belletristik werden  $33\frac{1}{3}\%$ , auf Sachbücher  $25\%$  und auf spezielle Bücher  $16\frac{2}{3}\%$  gewährt. Für Exportaufträge können Spannen von  $40\%$  bis  $50\%$  gegeben werden. Diese Bedingungen entsprechen den Risiken im Buchhandel und ermöglichen eine intensive Absatzpolitik. Die durchschnittlichen Gesamtkosten betragen etwa  $20,55\%$  des Umsatzes, während sie in den besteingeführten Buchhandlungen bei  $17,20\%$  liegen. Berücksichtigt man, daß der Reingewinn im Durchschnitt bei  $0,45\%$ , bei den führenden Buchhandlungen um  $3,28\%$  liegt<sup>24)</sup>, so kann nicht von hohen Gewinnen gesprochen werden.

Über  $40\%$  des Buchumsatzes der Verleger gehen in den Export, das sind etwa  $1\%$  aller exportierten Erzeugnisse (manufactured goods) — da bei Auslandsbestellungen höhere Rabatte gewährt werden, kann angenommen werden, daß der Menge nach über die Hälfte aller Bücher in andere Länder geht. Ein wesentliches Merkmal für den weltweiten Einfluß der englischen Literatur ist die universale Verbreitung der englischen Sprache und die Bedeutung der englischen Kultur, Politik und Wissenschaft.

Das Gericht hielt diese Argumente für gerechtfertigt und entschied: Die Aufhebung der vertikalen Preisbindung im Buchhandel, als Folge der Abschaffung des Net Book Agreement, würde entscheidende, nicht wünschenswerte Änderungen im Buchhandel bewirken.

Die Zahl der lagerhaltenden Buchhandlungen würde verringert. Das Sortiment der wenigen noch verbleibenden Buchhandlungen wäre weniger breit und abwechslungsreich. Durch weniger Buchhandlungen würde gerade das Publikum mehr geschädigt als Bibliotheken und öffentliche Stellen.

Durch diese Vorgänge würden das Vertrauen und die Zuversicht der Buchhändler in ihrem Stand erschüttert. Im wirtschaftlichen Bereich wären sie nicht mehr vor Lieferanten geschützt, die Büchereien und öffentliche Stellen beliefern und mit geringen Kosten arbeiten. Da dann der Nachlaß an Büchereien auf Grund des Buchabkommens nicht mehr allgemein  $10\%$  beträgt, würden die gut assortierten Buchhandlungen des größten Teils ihres sicheren Verkaufs an Bibliotheken beraubt.

---

<sup>23)</sup> Auf rund 300 Grundformen gibt es ungefähr 2300 Möglichkeiten, die Rabatte zu staffeln. Vgl. The Bookseller, 3. November 1962, a.a.O., S. 1833.

<sup>24)</sup> Vgl. zu den Kennzahlen Centre D'Etudes Du Commerce, Kapitel: L' enquête sur la librairie, a.a.O.

Ein Blick auf Kanada zeigt, daß trotz der unterschiedlichen Meinungen zur Aufhebung der vertikalen Preisbindung<sup>25)</sup> kein Zweifel besteht, daß die eigentlichen Wirkungen, die man sich nach der Abschaffung der vertikalen Preisbindung erhoffte, im Buchhandel nicht eingetreten sind. Tatsache ist weiterhin, daß die höheren Buchpreise sich zum Teil daraus ergeben, daß die Buchhändler weniger Vorausbestellungen aufgaben, die Bestellungen auf gutgehende Bücher einschränkten und von den Verlegern — abgesehen von der Erhöhung der Handelsspannen vor Abschaffung der vertikalen Preisbindung — erfolgreich höhere Rabatte beziehungsweise bessere Konditionen verlangten, um das gesteigerte Risiko abdecken zu können<sup>26)</sup>.

Nicht zuletzt wird damit dem Argument der englischen Verleger recht gegeben, daß "the best medium which has so far been devised for this purpose is the stockholding bookseller, who offers to individual members of the reading public the opportunity of seeing and sampling a widely varied selection of newly published as well as back list books, a skilled information service and a reliable special order service" <sup>27)</sup>.

Das Kartellgericht weist schließlich darauf hin, daß die vertikale Preisbindung im Interesse des hohen Buchexports eine nicht zu unterschätzende Rolle spiele, wobei — über die wirtschaftlichen Momente hinaus — politische und kulturelle Gründe von entscheidender Bedeutung wären. Es wurde festgestellt, daß das Net Book Agreement dem öffentlichen Interesse nicht entgegenstehe. Die Bestimmungen des Buchabkommens lauten im Originaltext:

"We, the undersigned several firms of publishers, being desirous that in so far as we publish books at net prices (as to which each publisher is free to make his own decisions), those net prices shall normally be the prices at which such books are sold to the public as hereinafter defined and in order to avoid disorganisation in the book trade and to ensure that the public may be informed of and able uniformly to take advantage of the conditions under which net books may be sold at less than the net prices, hereby agree to adopt and each of us does hereby adopt the following standard sale conditions for the net book published by us:

- (i) Except as provided in clauses (ii) to (iv) hereof and except as we may otherwise direct net books shall not be sold or offered for sale or caused or permitted to be sold or offered for sale to the public at less than the net published prices.

---

<sup>25)</sup> Vgl. Skeoch, L. A., *The Abolition of Resale Price Maintenance: Some Notes on Canadian Experience*, in: *Economica*, Vol. XXXI, Nr. 123, August 1964, S. 260 ff.; Andrews, P. W. S. und Frank, A. F., a.a.O., S. 32 ff.

<sup>26)</sup> Vgl. *The Bookseller*, 3. November 1962, a.a.O., S. 1850.

<sup>27)</sup> *The Bookseller*, 3. November 1962, a.a.O., S. 1843.

- (ii) A net book may be sold or offered for sale to the public at less than the net published price if
  - (a) it has been held in stock by the bookseller for a period of more than twelve months from the date of the latest purchase by him of any copy thereof and
  - (b) it has been offered to the publisher at cost price or at the proposed reduced price whichever shall be the lower and such offer has been refused by the publisher.
- (iii) A net book may be sold or offered for sale to the public at less than the net published price if it is second-hand and six months have elapsed since its date of publication.
- (iv) A net book may be sold at a discount to such libraries, book agents (including Service Unit libraries), quantity buyers and institutions as are from time to time authorised by the Council of the Publishers Association of such amount and on such conditions as are laid down in the instrument of authorisation. Such amount and conditions shall not initially be less or less favourable than those prevailing at the date of this Agreement.
- (v) For the purposes of clause (i) hereof a book shall be considered as sold at less than the net published price if the bookseller
  - (a) offers or gives any consideration in cash to any purchaser except under licence from the Council of the Publishers Association or
  - (b) offers or gives any consideration in kind (e.g. card indexing, stamping, reinforced bindings, etc., at less than the actual cost thereof to the bookseller).
- (vi) For the purposes of this Agreement and of these Standard Conditions:
 

Net Book shall mean a book, pamphlet, map or other similar printed matter published at a net price. Net price and net published price shall mean the price fixed from time to time by the publisher below which the net book shall not be sold to the public.

Public shall be deemed to include schools, libraries, institutions and other non-trading bodies.

Person shall include any company, firm, corporation, club, institution, organisation, association or other body.
- (vii) The above conditions shall apply to all sales executed in the United Kingdom or the Republic of Ireland.

We, the undersigned several firms of publishers further agree to appoint and each of us does hereby appoint the Council of the Publishers Association to act as our agent in the collection of information concerning breaches of contract by persons selling or offering for sale net books, and in keeping each

individual publisher informed of breaches in respect of such net books as are published by him and we further hereby undertake and agree that we will each enforce our contractual rights and our rights under the Restrictive Trade Practices Act 1956 if called upon to do so by the Council of the Publishers Association, and provided that we shall be indemnified by the Publishers Association if so requested by us in respect of any costs of such action incurred by us or by the Council of the Publishers Association on our behalf"<sup>28)</sup>.

Am 1. August 1962, also noch vor der Entscheidung des englischen Kartellgerichts, entschied die Trade Practice Appeal Authority von Neuseeland, daß die gegenwärtigen Bedingungen und damit die vertikale Preisbindung für Bücher wie in England und Deutschland dem öffentlichen Interesse besser dienen, als es durch die Abschaffung des festen Ladenpreises möglich sei<sup>29)</sup>.

England hat kein Verbot gegen eine autonom aufrecht erhaltene vertikale Preisbindung, aber gegen eine kollektive, wie die des Net Book Agreement (Art. 24 des Restrictive Trade Practices Act vom 2. August 1956)<sup>30)</sup>. Trotz der Bestrebungen, horizontale wie vertikale Bindungen aufzulösen<sup>31)</sup>, gewährt das englische Kartellgericht dem Buchhandel also eine Ausnahmestellung, die es dem verlegerischen und buchhändlerischen Schaffen ermöglicht, sich auf der Basis der kollektiven vertikalen Preisbindung in traditionsbewährter und ebenso fortschrittlicher Weise zu entfalten.

## *2. Die Preisbindungsbestrebungen des Buchhandels in Belgien und Holland*

### *a) Die gesetzlichen Bestimmungen und die buchhändlerische Regelung der Preisbindung in Belgien*

Das Wirtschaftssystem in Belgien beruht — trotz öffentlicher und privater Kontrollen — auf dem Prinzip der Freiheit<sup>32)</sup>. Doch wird in zunehmendem Maße in Frage gestellt, ob der liberale Gedanke noch das eigentliche Merkmal

<sup>28)</sup> The Bookseller, 3. November 1962, a.a.O., S. 1836/1837.

<sup>29)</sup> Vgl. Neuseeland entschied sich für den festen Ladenpreis, in: Der feste Ladenpreis; Voraussetzung für die Verbreitung des Buches, Internationale Arbeitsgemeinschaft von Sortimentervereinigungen (Hrsg.), Delft 1964, S. 114—118. In diesem Zusammenhang wurde auch der deutsche Buchhandel als vorbildlich bezeichnet. Vgl. The Bookseller, London 1962, 18. 8. 1962, S. 1000.

<sup>30)</sup> Vgl. Gammelgaard, Søren, Resale Price Maintenance, Paris 1958, S. 29. Cottis, C. P. und Whitehorn, J. M., Some Observations On British Restrictive Practices Legislation, in: Comperative Aspects of Restrictive Trade Practices, London 1961, S. 37.

<sup>31)</sup> Vgl. Frankfurter Allgemeine Zeitung, Frankfurt 1964, 25. Februar 1964, 12. März 1964, 17. August 1964 und Blick durch die Wirtschaft, Frankfurt 28./29. Mai 1964.

<sup>32)</sup> Vgl. Janssens, Valéry, La Belgique: Régime Economique Essentiellement Libre, in: Wirtschaftssysteme des Westens, Bd. I, a.a.O., S. 19.

der Wirtschaft ist. Diese Diskussion erscheint verständlich, wenn in Betracht gezogen wird, daß die Kriterien zur Bestimmung des Wettbewerbs fließend und nicht auf die Dauer absolut bestimmbar sind.

Die Institution der vertikalen Preisbindung ist im Königreich Belgien zugelassen. Der Anteil der Artikel, die zu festen Preisen verkauft werden, ist ziemlich bedeutend. Im Buchhandel sind 86 % bis 100 % der verkauften Bücher preisgebunden<sup>33)</sup>.

In wirtschaftlicher Hinsicht wird die vertikale Preisbindung als Merkmal des Markenartikels anerkannt; darüber hinaus wird die Verkaufspreisbindung vom Gesetz und von der Rechtsprechung gebilligt, sofern andere Gesetze nicht mißachtet werden und das öffentliche Interesse nicht verletzt wird. Die Praxis der gebundenen Verkaufspreise ist durchaus zulässig und gesetzlich geschützt, wenn durch sie regelmäßige und zuverlässige Geschäftsbedingungen ermöglicht werden sollen<sup>34)</sup>.

Die wichtigste Bedingung, von der auch die Gültigkeit eines Preisbindungsvertrages abhängt, ist die ausdrückliche Festlegung und Erwähnung des Preises im Vertrag. Wird der Preis nicht genannt oder nur ungefähr bestimmt, so ist der Vertrag infolge Mißachtung zwingender gesetzlicher Vorschriften ungültig<sup>35)</sup>. Grundsätzlich wird der gebundene Buchpreis nicht durch ein besonderes Gesetz geschützt. Doch unterliegen die Vereinbarungen den Bestimmungen des ‚Droit Commun‘ und den Vorschriften über Vertragsabschlüsse<sup>36)</sup>.

Es bieten sich drei Möglichkeiten an, die vertikale Preisbindung durchzusetzen. Grundsätzlich genügt es, die Preisbindungsklausel in die allgemeinen Verkaufsbedingungen aufzunehmen, so daß der Käufer von der Klausel Kenntnis nehmen kann.

Wesentlich günstiger und wirksamer ist allerdings ein individueller Vertrag, der die Einhaltung des gebundenen Preises gewährleisten soll und auch rechtlich anerkannt wird.

Schließlich bietet sich über Vereinigungen und Berufsverbände die Möglichkeit, Festpreise durch eine *kollektive* Regelung durchzusetzen. Die Liefer Sperre gilt als gesetzliches Mittel, um Außenseiter von Preisunterbietungen fester Preise abzuhalten<sup>37)</sup>.

<sup>33)</sup> Vgl. De Bie, P. und Laloire, M., Les problèmes des prix imposés en Belgique: faits et opinions, in: Annales de Sciences économiques, Louvain 1954, S. 379.

<sup>34)</sup> Vgl. Appel Bruxelles, 31. décembre 1957, Journal des Tribunaux, Brüssel 1958, S. 290.

<sup>35)</sup> Vgl. Bunnan, Louis van, Journal des Tribunaux, Bruxelles 1956, S. 248.

<sup>36)</sup> So ist bei Nichteinhalten der festen und gebundenen Buchpreise der Verleger berechtigt, auf Grund dieses Vertragsbruches den Art. 1134 des Code Civil geltend zu machen.

<sup>37)</sup> Vgl. Chambre de Commerce de Bruxelles, Réglementation des Prix, Bruxelles 1962, S. 43/44.

Da der Vertrag zwischen den Parteien eine „res inter alios acta“ ist, kann der Hersteller nicht gegen Dritte vorgehen, die vertraglich nicht verpflichtet wurden, die gebundenen Preise einzuhalten. Es empfiehlt sich also, die einzelnen Händler vertraglich zu binden und die Preise ausdrücklich zu bestimmen.

Die Bestrebungen um ein neues Wettbewerbsgesetz sind noch nicht abgeschlossen. In der Stellungnahme des „Conseil Central De L'Economie“<sup>38)</sup> Sur L'Avant-Projet De Loi Sur La Concurrence“ kommen die gegensätzlichen Meinungen zu keinem Ergebnis<sup>39)</sup>. Der Verband der belgischen Buchhändler vertritt jedoch die Ansicht, daß die vertikale Preisbindung im Buchhandel auch in Zukunft nicht gefährdet sei.

Die vertikale Preisbindung im Buchhandel verstößt nicht gegen das derzeit gültige Gesetz vom 27. Mai 1960 „sur la protection contre l'abus de puissance économique“<sup>40)</sup>, sie stellt auch keine Verletzung des Art. 2 dar: „Il y a abus au sens de la présente loi, lorsqu'une ou plusieurs personnes, détentrices de puissance économique, portent atteinte à l'intérêt général par des pratiques qui faussent ou qui restreignent le jeu normal de la concurrence ou qui entravent soit la liberté économique des producteurs, des distributeurs ou des consommateurs, soit le développement de la production ou des échanges“<sup>41)</sup>.

Hier wie in den Gesetzen und Bestimmungen anderer Länder wird immer wieder vom öffentlichen Interesse und Wohl des Konsumenten gesprochen. So wäre in Belgien ein Zusammenschluß dann unerlaubt, wenn er gegen das „Sozialinteresse“ verstößt<sup>42)</sup>. Deshalb muß dieser Aspekt bei der Untersuchung der vertikalen Preisbindung im Buchhandel sowohl aus wirtschaftlicher wie aus kultureller Sicht berücksichtigt werden. Bisher konnte der Buchhandel dem öffentlichen Interesse in den Ländern, die eine vertikale Preisbindung für Bücher zulassen, in einem Maße Rechnung tragen, wie es ohne die Institution der vertikalen Preisbindung nicht möglich gewesen wäre. Ob durch die Aufhebung der vertikalen Preisbindung ein Preiswettbewerb einsetzt und so die

---

<sup>38)</sup> „Le Conseil Central De L'Economie est chargé de donner tout avis ou de faire toute proposition concernant des problèmes relatifs à l'économie nationale.“ Janssens, V., a.a.O., S. 32.

<sup>39)</sup> Vgl. L'Avis Du Conseil Central De L'Economie Sur L'Avant-Projet De Loi Sur la Concurrence, Bruxelles 1963, S. 4/5.

<sup>40)</sup> Moniteur Belge, Brüssel 1960, 22. Juni 1960.

<sup>41)</sup> Vgl. Loi du 27 mai 1960 sur la protection contre l'abus de puissance économique, Art. 2, in: Moniteur Belge No. 149, Brüssel 1960, S. 4674.

<sup>42)</sup> Vgl. Hoornaert, M., La politique des prix imposés, Brüssel 1933, S. 27.

Verbreitung des Buches stärker fortschreitet, als es zur Zeit der Fall ist<sup>43)</sup>, kann bezweifelt werden. Aus diesem Grunde bemühen sich Verleger und Buchhändler in Belgien um die Aufrechterhaltung der vertikalen Preisbindung im Buchhandel.

Der Cercle Belge de la Librairie, eine Vereinigung von Buchhändlern und Verlegern „sans but lucratif“, gegründet im Jahre 1883, „a pour objet essentiel de veiller à la sauvegarde et au progrès des intérêts généraux du commerce du livre en Belgique, de sauvegarder, favoriser et promouvoir par tous les moyens la diffusion du livre sous toutes ses formes dans ce pays et de veiller au maintien des liens de bonne et loyale confraternité entre des membres“<sup>44)</sup>.

Da die Stellung des Cercle Belge de la Librairie vor dem Gesetz und innerhalb des Verbandes sehr stark ist, kann die Lückenlosigkeit der vertikalen Preisbindung im belgischen Buchhandel garantiert werden. Die Verleger und Barsortimenter entsprechen den Bestimmungen des Gesetzes und den Vorschriften des Verbandes dann, wenn sie auf den Rechnungen die Einhaltung des gebundenen Preises vorschreiben und damit gleichzeitig die formellen Vorschriften des Kaufvertrages einhalten. In Abs. 10 der Belgischen Verkehrsordnung<sup>45)</sup> heißt es dann ausdrücklich: „Pour le respect des prix, les éditeurs et grossistes, membres du C.B.L. sont tenus de porter sur leurs factures la mention: 'Par l'acceptation de cette facture et des marchandises y mentionnés l'acheteur, grossiste ou libraire s'engage:

- à ne vendre directement ou indirectement à des particuliers qu'au prix fort fixé par nous,
- à s'en tenir aux usages et règles professionnelles en vigueur en Belgique dans le commerce de la librairie“<sup>46)</sup>.

Im Falle einer Mißachtung der buchhändlerischen Vorschriften der Verkehrsordnung ist jedes Mitglied des Verbandes verpflichtet, sich den in Abs. 11 genannten folgenden 3 Sanktionen zu unterwerfen. Wird bei einem einmaligen Vergehen zunächst nur eine Geldstrafe von 500,— bfrs. erhoben, so wird bei Nichtbezahlen dieser Summe oder bei einem weiteren Verstoß das Konto bei

<sup>43)</sup> Hier ist vor allem auf die Vielzahl der Taschenbuchreihen und die preiswerten Angebote des Ramschmarktes hinzuweisen. Auf dem Ramschmarkt werden im allgemeinen Restauflagen und die Bücher verkauft, die im Sortimentsbuchhandel schlecht oder nicht mehr abgesetzt werden können. Die Ursachen hierzu können einmal im technischen, zum anderen im geistigen Bereich liegen. Schließlich ist noch denkbar, daß die Fehleinschätzung des Bedarfs und die Überproduktion mehrerer Bücher zu einem Themengebiet zu dem Absatz der Bücher auf dem Ramschmarkt führen.

<sup>44)</sup> Cercle Belge de la Librairie, Statuts, Bruxelles 1958, S. 3.

<sup>45)</sup> Die ‚Verkehrsordnung‘ regelt die Beziehungen zwischen Verlegern und Buchhändlern.

<sup>46)</sup> Cercle Belge de la Librairie, Règlement Professionnel Du Cercle Belge de la Librairie, Bruxelles 1958, S. 15.

allen Verlegern zumindest für ein Jahr gesperrt; die letzte Möglichkeit ist dann der Ausschluß aus dem Cercle de la Librairie, der von der Assemblée Générale ausgesprochen werden muß<sup>47)</sup>. Eine weitere wichtige Bestimmung — in Abs. 14 — verpflichtet den Verleger, eine Preisänderung den Buchhändlern mitzuteilen; dies geschieht meist im Journal de la Librairie<sup>48)</sup>.

In der Verkaufsordnung<sup>49)</sup> wird die Einhaltung der festgesetzten Preise *ex pressis verbis* gefordert: „Tous les livres d'édition belge doivent être vendus aux conditions et prix fixés par l'éditeur; . . . : 1. Conditions de vente au public: Prix fort, Port en sus“<sup>49)</sup>. Diese Bestimmung gilt für alle Mitglieder des Cercle Belge de la Librairie. Departmentstores, supermarkets oder einzelne Händler, die nicht Mitglied des Verbandes sind und sich nicht an die Vorschriften zu halten brauchen, versuchen immer wieder, die Situation auszunützen und die gebundenen Preise bei bekannten Werken zu unterbieten. Da sich jedoch der wirtschaftliche Erfolg nicht in dem erwarteten Maße einstellte, bedeuten diese Vorgänge in Belgien keine Schwächung der verlegerischen und buchhändlerischen Initiative, vielmehr scheint es gerade ein Ansporn zu sein, die Rationalisierung und Modernisierung voranzutreiben und die buchhändlerischen Funktionen zu intensivieren und auszubauen.

Den wirtschaftlichen Forderungen nach Rentabilität und Liquidität<sup>50)</sup> trägt die Verkaufsordnung insofern Rechnung, als sie in Art. 5 die Möglichkeit zum Verkauf von Büchern mit herabgesetzten Preisen vorsieht. Die Buchhändler können zweimal im Jahr 14 Tage zu lange auf Lager liegende Bücher zu billigeren als den ursprünglichen Preisen verkaufen. Es heißt dort: „Les libraires sont autorisés conformément à la loi à pratiquer annuellement deux quinzaines de solde, soit du 1<sup>er</sup> au 15 janvier et du 1<sup>er</sup> au 15 juillet de chaque année.

Ne pourront être soldés que:

1. Les ouvrages ne figurant plus au catalogue de l'Éditeur, ou
  - A) les ouvrages littéraires ayant plus de 3 années de date de parution, sauf opposition de l'éditeur.
  - B) les ouvrages techniques ayant plus de 6 années de date de parution, sauf opposition de l'éditeur.
2. Les livres abîmés ou défraîchis, quelle que soit leur date de parution. Les prix des ouvrages soldés devra être marqué il ne pourra supérieur à 50% du prix normal“<sup>51)</sup>.

<sup>47)</sup> Vgl. Cercle Belge de la Librairie, a.a.O., S. 16.

<sup>48)</sup> Die ‚Verkaufsordnung‘ regelt den Verkauf der Bücher an das Publikum.

<sup>49)</sup> Cercle Belge de la Librairie, Règlement Du Cercle Belge de la librairie, concernant la vente du livre en Belgique, Bruxelles 1958, S. 18.

<sup>50)</sup> Vgl. zu den Grundfragen der finanzwirtschaftlichen Aufgaben Gutenberg, E., Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Wiesbaden 1958, S. 97 ff.; Vormbaum, H., Finanzierung der Betriebe, Wiesbaden 1964, S. 38.

<sup>51)</sup> Cercle Belge de la Librairie, a.a.O., S. 19.

Inwieweit von dieser Möglichkeit Gebrauch gemacht wird und welche Auswirkungen sich ergeben, ist im einzelnen nicht bekannt. Es ist jedoch denkbar, daß solche Wochen — ebenso wie in England — keinen sehr großen Erfolg haben, weil durch eine Buchpreissenkung die vorhandene Nachfrage nicht unbedingt gesteigert und die latente Nachfrage nicht ohne weiteres geweckt werden kann.

Die Fristen von 3 beziehungsweise 6 Jahren sind angemessen, da ein Buchtitel oft mehrere Jahre am Lager vorhanden ist. Selbst wenn der Lagerumschlag in den Buchhandlungen der verschiedenen Länder zwischen 1—6 mal liegt, so ist damit noch nicht gesagt, daß im Laufe eines Jahres alle Bücher einmal verkauft werden. Es ist vielmehr so, daß ein Teil der am Lager vorhandenen Bücher mehrere Jahre liegen kann, während der Umsatz sich leicht verkaufender Bücher größer ist. Das bewirkt dann letztlich einen gesamten Lagerumschlag von angenommen 3—4 mal im Jahr. So beträgt zum Beispiel die Lagerumschlagsgeschwindigkeit von Büchern der Buchgemeinschaften in Deutschland um 10 mal im Jahr, wodurch ein sich langsam umschlagendes Gesamtsortiment eine höhere durchschnittliche Umschlaggeschwindigkeit erzielen kann.

In Art. 6 der belgischen Verkaufsordnung wird schließlich jegliche Art von Rabattgewährung verboten<sup>52)</sup>.

Die Tatsache, daß in Belgien die Möglichkeit besteht, die Buchpreise zu binden, ändert nichts daran, daß „le régime économique belge est resté essentiellement libre, mais le climat dans lequel il foctionne a changé“<sup>53)</sup>.

In Belgien wird die vertikale Preisbindung nicht nur im allgemeinen zugelassen, sondern vor allem im Buchhandel von einer starken Berufsorganisation propagiert und durchgesetzt.

#### b) Die vertikale Preisbindung im holländischen Buchhandel

Die Wirtschaftspolitik Hollands zeigt trotz der zunehmenden staatlichen Eingriffe in den Wirtschaftsablauf, um den volkswirtschaftlichen Forderungen nach Vollbeschäftigung, Geldwertstabilität und ausgeglichener Zahlungsbilanz Rechnung tragen zu können, deutlich liberalen Charakter<sup>54)</sup>. Obwohl die Kartellbildung in starkem Maße einer strengerer Kontrolle unterworfen wurde, ging es der Regierung vor allem darum, Mißbräuche zu bekämpfen und einen gesunden Wettbewerb zu fördern.

<sup>52)</sup> Vgl. Cercle Belge de la Librairie, a.a.O., S. 19.

<sup>53)</sup> Janssens, V., a.a.O., S. 46.

<sup>54)</sup> Vgl. Goedhart, C., Haccoû, J. F., Hennipmann, P. und Stuyvenberg, J. H. van, Das Wirtschaftssystem der Niederlande nach 1945, in: Wirtschaftssysteme des Westens, a.a.O., Bd. I, S. 132; Weststrate, C., Economic policy in Practice: The Netherlands 1950/1957, Leiden 1959.

Seit dem 28. Juni 1956 besteht ein Gesetz über den Wettbewerb<sup>55)</sup> — in der Fassung vom 16. 7. 1958 sowie in Aus- und Durchführungsverordnungen —, das allgemeinverbindlichen Charakter hat und dem Mißbrauchsprinzip folgt. Nach Art. 2 Abs. 1 a—c unterliegen alle Wettbewerbsvereinbarungen der Anmeldepflicht, Ausnahmen hiervon sind gem. Art. 4 möglich. Verstößt eine Wettbewerbsvereinbarung gegen das öffentliche Interesse, so besteht die Möglichkeit, nach Anhörung des Wettbewerbsausschusses (Art. 20) eine Veröffentlichung des Abkommens (Art. 19 Abs. 1a) oder eine Unverbindlichkeitserklärung (Art. 19 Abs. 1b) auf die Dauer von 5 Jahren (Art. 22 Abs. 2) in beiden Fällen unter Angabe der Gründe im Nederlandse Staatscourant zu erwirken. In besonders wichtigen Fällen kann eine Unwirksamkeitserklärung (schorsing) erlassen werden (Art. 23).

Trotz dieser und weiterer Bestimmungen<sup>56)</sup> ist die vertikale Preisbindung im allgemeinen und im Buchhandel im besonderen grundsätzlich erlaubt<sup>57)</sup>. Die holländische Regierung ist bestrebt, das Zunehmen und ein Zuviel wirtschaftlicher Bindungen zu hemmen, andererseits aber ein nützliches Ausmaß solcher Bindungen nicht nur zuzulassen, sondern sogar zu fördern, wenn dies mit dem öffentlichen Interesse zu vereinbaren ist.

Auf dem holländischen Buchmarkt wird die vertikale Preisbindung — unter Mitwirkung des im Jahre 1815 gegründeten Verbandes<sup>58)</sup> auf kollektiver Ebene gehandhabt. Es besteht kein Zweifel, daß die Durchführbarkeit und Lückenlosigkeit der vertikalen Preisbindung im Buchhandel dann wirksamer wird, wenn sie — wie hier — auf kollektiver Basis und nicht nur auf individuellen Verträgen beruht. Um die vertikale Preisbindung im Buchhandel auf kollektiver Ebene durchzusetzen, müssen Verleger, Buchhändler, Buch-Grossisten, Importeure und Exporteure strengsten fachlichen Anforderungen genügen. Im Jahre 1960 gehörten von insgesamt 1700 bekannten Buchhandlungen und 450 Verlegern dem Verband 1200 anerkannte Mitglieder an<sup>59)</sup>.

---

<sup>55)</sup> Vgl. Gesetz über den Wettbewerb (Wet economische mededinging) vom 28. 6. 1956 im Staatsblad 1958, Nr. 413. Zur Literatur siehe: Ententes et monopoles dans le monde, Benelux/Pays-Bas, in: La Documentation Française, Nov. 1952, Nr. 1681; Leeuwe, van/Voorburg, Kartellrecht in den Niederlanden, in: Internationale Wirtschaftsbriefe, Heft 4/1961.

<sup>56)</sup> Vgl. Königlicher Erlaß (Besluit) vom 11. Nov. 1958, in: Staatsblad 1958, Nr. 489; Ministerialerlaß vom 3. 6. 1960, in: Staatscourant vom 7. 6. 1960, Nr. 107.

<sup>57)</sup> Vgl. Goedhart, Haccoû, Hennipmann, Stuyvenberg, a.a.O., S. 150.

<sup>58)</sup> Vgl. Reglementen van de Vereeniging ter bevordering van de belangen des Boekhandels, Amsterdam 1962, S. 7; Lexikon des Buchwesens, Kirchner, J. (Hrsg.), Stuttgart 1952/53.

<sup>59)</sup> Vgl. Centre D'Etudes Du Commerce, Enquête Sur La Librairie En Hollande, a.a.O., S. 61.

Es ist festzustellen, daß es verhältnismäßig wenig anerkannte Buchhandlungen mit breitem Sortiment gibt, wozu noch die geographische Konzentrierung in den Hauptstädten beiträgt. Trotz der strengen Regelung und der Anerkennung durch den Verband hat die Zahl der Buchverkaufsstellen zugenommen. Ein ministerieller Erlaß vom 22. November 1958 hat diese Entwicklung insofern noch gefördert, als der Verband verpflichtet ist, seine Dienstleistungen mehr und mehr auch den Nichtbuchhandlungen zur Verfügung zu stellen. Da wären vor allem an buchhändlerischen Einrichtungen das Centraal Boekhuis, das Bestelhuis, das Nieuwsblad voor de Boekhandel, die Bibliothek, eine Werbestelle für das Buch und Buchhändlerkurse zu nennen. Es scheint, daß sich die Verleger und Buchhändler den sich wandelnden wirtschaftlichen Gegebenheiten anpassen, daß aber die Wirkung der vertikalen Preisbindung im Buchhandel in keiner Weise in Frage gestellt wird.

Die wichtigsten Bestimmungen zur vertikalen Preisbindung — als wesentliches Element der Struktur des holländischen Buchhandels<sup>60)</sup> — finden sich in Art. 25 bis Art. 35 des buchhändlerischen Abkommens<sup>61)</sup>.

Im Abschnitt XIV ‚Vaststelling van de prijs‘ (Festsetzung des Preises) wird der Verleger gem. Art. 25 Abs. a angehalten, einen einheitlichen Preis für gleichartige Exemplare seiner Titel festzusetzen. Werden Bücher zu Lasten oder mit finanzieller Unterstützung von Behörden oder Stiftungen veröffentlicht, so ist der Verleger berechtigt, neben dem Ladenpreis einen niedrigeren Preis anzugeben. Dies gilt ebenfalls für Mengenlieferungen von mindestens 20 Exemplaren des gleichen Titels, für Bücher derselben Reihe oder Serie bei einheitlichem Aussehen oder gleicher Kennzeichnung sowie für Einzelausgaben nach einem vom Verleger bestimmten Datum (Art. 5 Abs. c Nr. 1, 2, 3, 4).

Diese Preisänderungen sind vom Verleger im ‚Nieuwsblad voor de Boekhandel‘<sup>62)</sup> zu veröffentlichen (Art. 25 Abs. d). Im Abschnitt ‚Verlaging en opheffing van de prijs‘ (Senkung und Aufhebung des Preises) wird ausgeführt, daß der Verleger gem. Art. 26 Abs. a den festgesetzten Preis senken kann.

---

<sup>60)</sup> Vgl. Woestijne, W. J., Der feste Ladenpreis auf Glatteis, in: Economisch-Statistische Berichte, 27. November 1963, übersetzt aus dem Holländischen in: Der feste Ladenpreis des Buches, herausgegeben von der Internationalen Arbeitsgemeinschaft von Sortimentervereinigungen, Delft 1964, S. 91.

<sup>61)</sup> Vgl. Reglementen van de Vereeniging ter bevordering van de belangen des Boekhandels, a.a.O., Art. 25 bis Art. 35, S. 53 bis S. 59.

<sup>62)</sup> Vgl. zum Börsenblatt des holländischen Buchhandels das ‚Reglement voor het Nieuwsblad voor de Boekhandel‘, in: Reglementen van de Vereeniging der bevordering van de belangen des Boekhandels, a.a.O., S. 23/24. Das im Jahre 1834 gegründete Organ ist seit 1954 die offizielle Veröffentlichung der holländischen Verleger- und Buchhändlervereinigung.

Erfolgt solch eine Preissenkung innerhalb zweier Jahre nach Erscheinen des Werkes, so ist der Verleger verpflichtet, den Buchhändlern für noch vorrätige, direkt bezogene Bücher Ersatz zu leisten (Art. 26 Abs. b).

Preise ausländischer Titel (Abschnitt XVI ‚Prijs van buitenlandse uitgaven‘) werden vom Verleger festgesetzt, der die ursprünglichen Preise zum Tageskurs umrechnet (Art. 29 Abs. a).

Die wichtigsten Bestimmungen zur vertikalen Preisbindung enthält Art. 30, in dem die Aufrechterhaltung des Preises gefordert wird. Die Bücher dürfen nicht unter den vom Verleger festgesetzten Preisen verkauft werden. Es ist nicht gestattet, Nachlaß in irgendeiner Form zu gewähren oder den Eindruck zu erwecken, daß man unter dem festgesetzten Ladenpreis liefert (Art. 30 Abs. a). Im Gegensatz zu den Verkaufswochen in England und Belgien können die Buchhändler in Holland an örtlich und zeitlich begrenzten gemeinsamen Verkaufsaktionen teilnehmen (Art. 30 Abs. b)<sup>68)</sup>.

Eine wesentliche Bestimmung, die sich vornehmlich gegen nichtqualifizierte Buchhändler richtet, enthält Art. 30 Abs. c und d; danach darf nur Buchhändlern und Grossisten Rabatt auf die festgesetzten Preise gewährt werden. Darüber hinaus ist es grundsätzlich nicht gestattet, Bücher zum Weiterverkauf an solche Händler zu liefern, die sich planmäßig, gelegentlich oder auch einmalig dem Publikum gegenüber als Buchhändler ausgeben, ohne als solche anerkannt zu sein.

In den Art. 31, 32, 33 erfolgt eine schematische Aufzählung von Nichtbuchhändlern, die mit Rabatt beliefert werden können.

Im Abschnitt XIX ‚Einde verplichting tot handhaving particuliere prijs‘ wird die Verpflichtung zur Aufrechterhaltung des festen Ladenpreises eingeschränkt. Gem. Art. 34 entfällt diese Verpflichtung für Buchhändler bei beschädigten Büchern, sofern beim Anbieten auf den Schaden hingewiesen wird, sowie bei Büchern, die älter als zwei Jahre und dafür bekannt sind, daß sie als schwer verkäuflich gelten (Art. 34).

Zusammenfassend kann festgestellt werden, daß die vertikale Preisbindung im holländischen Buchhandel nicht nur anerkannt wird, sondern als Wesensmerkmal des traditionsreichen Verlagswesens und Buchhandels gilt und sich in wirtschaftlicher Hinsicht bewährt hat. Eine nicht geringe Bedeutung kommt dem Verband holländischer Verleger und Buchhändler zu, der auf Grund seiner starken Stellung die vertikale Preisbindung auf kollektiver Basis zum Nutzen der Verleger und Buchhändler einerseits und zur Förderung holländischer und Internationaler Literatur sowie zum Wohle des Lesers andererseits durchsetzte.

Die Diskussion um die Vor- und Nachteile der vertikalen Preisbindung in den Niederlanden ist noch nicht abgeschlossen. Das Gutachten des amtlichen Ausschusses für wirtschaftlichen Wettbewerb kommt trotz einer Untersuchungs-

<sup>68)</sup> Vgl. Centre D'Etudes Du Commerce, Enquête Sur La Librarie En Hollande, a.a.O.

zeit von drei Jahren zu keinem einheitlichen bzw. aufschlußreichen Ergebnis. Es ist jedoch sehr wahrscheinlich, daß die vertikale Preisbindung nicht allgemein verboten werden wird<sup>64)</sup>.

Die nicht bezweifelte Tatsache, daß die Verkaufspreisbindung für Bücher entscheidenden Anteil an der Erhaltung der mittelständischen Unternehmen des Verlagswesens<sup>65)</sup> und des Buchhandels hat, wirkt sich nicht nur zum Vorteil der Unternehmer, sondern auch zu dem der Leser aus. Das äußerst gut funktionierende und rationell arbeitende Bestell- und Lieferungswesen, insbesondere das ‚Bestelhuis‘<sup>66)</sup> als Mittler zwischen Verlag und Sortiment sowie das ‚Centraal Boekhuis‘ als zentrales Barsortiment mit mehr als 50 000 Titeln, verhindert einerseits überhöhte Handelsspannen, gewährt aber andererseits den Beteiligten ein gewisses Maß an Sicherheit und Stabilität.

### 3. Die gesetzliche Regelung der vertikalen Preisbindung für Verlagserzeugnisse in der marktwirtschaftlichen Konzeption Deutschlands

Die Bundesregierung versucht, mit ihrer Wirtschaftsordnung staatsbürgerlicher Prägung den wirtschaftstheoretischen Forderungen zur Verwirklichung des Wettbewerbsprinzips und wichtigen praktischen Erfahrungen einzelner Wirtschaftsbereiche dadurch gerecht zu werden, daß sie die Freiheit des Wirtschaftens im Rahmen einer sozialen Gemeinschaft sichert. Das Kennzeichen dieser sozialen, gelenkten Marktwirtschaft ist der freie Wettbewerb in den meisten Wirtschaftsbereichen — „ein Optimum an Wettbewerb und Minimum an wirtschaftlicher Macht“<sup>67)</sup>.

<sup>64)</sup> Diese Meinung wird in einem Brief der ‚Vereeniging Ter Bevordering Van De Belangen Des Boekhandels‘ an den Verfasser vertreten. Vgl. auch: Für und Wider die Preisbindung in Holland, in: Handelsblatt Nr. 32, 17. Februar 1964, S. 9.

<sup>65)</sup> Vgl. Woestijne, W. J., a.a.O., S. 91.

<sup>66)</sup> Vgl. zum Wesen und den Aufgaben des ‚Bestelhuis‘ und des ‚Centraal Boekhuis‘ die Reglementen van de Vereeniging ter bevordering van de belangen des Boekhandels, a.a.O., S. 19/21; Taubert, S., Grundriß des Buchhandels in aller Welt, Hamburg 1953, S. 201. — Ein weiteres Beispiel verlegerischer und buchhändlerischer Zusammenarbeit bedeutet die Stiftung ‚Stichting Speurwerk betreffende het Boek‘ (19. Februar 1960), deren Ziel die Rationalisierung der Herstellung und des Vertriebs für Bücher ist. Vgl. Meyer-Dohm, P. und Strauß, W. (Hrsg.), Buch und Leser in den Niederlanden, Eine Untersuchung der Stichting Speurwerk betreffende het Boek, Amsterdam, erschienen in der Reihe: Schriften zur Buchmarktforschung Bd. 3, Gütersloh 1963; Nederlandse Stichting voor Statistiek, People and Books 1961, s’Gravenhage 1961.

<sup>67)</sup> Böhm, Fr., 223. Sitzung des Zweiten Deutschen Bundestages, Bonn, S. 13 250. — Über die allgemeine deutsche Wirtschaftspolitik im Vergleich zu anderen Ländern unterrichtet der Beitrag von Meinhold, Wilhelm, Die Wirtschaftspolitik Westdeutschlands unter dem Gesichtspunkt der Wirtschaftsordnung, in: Wirtschaftssysteme des Westens, Bd. II, a.a.O., S. 25 ff.

Die Frage, ob wirtschaftliche Vereinbarungen und Zusammenschlüsse sowie vertikale Preisbindungen generell verboten werden sollen oder nur dann, wenn der Tatbestand des wirtschaftlichen Mißbrauchs gegeben ist, wird nicht nur mit den Prinzipien der Wettbewerbsordnung, sondern auch durch die dahinterstehenden Zielsetzungen gelöst. In wirtschaftspolitischer wie in gesellschaftspolitischer Hinsicht wurde mit dem am 1. Januar 1958 in Kraft getretenen Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen<sup>68)</sup> die Erhaltung und Förderung des wirtschaftlichen Wettbewerbs angestrebt.

„Das GWB sucht eine freiheitliche Ordnung auch im Bereich der Wirtschaft zu schaffen — es will dem wirtschaftenden Menschen das notwendige Maß an individueller Freiheit sichern“<sup>69)</sup>.

Den ökonomischen wie den gesellschaftlichen Aspekten trägt das Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen insofern Rechnung, als es grundsätzlich vom Verbotsprinzip mit wichtigen Ausnahmebestimmungen im allgemeinen und vom Mißbrauchsprinzip für Markenartikel und Verlagserzeugnisse im besonderen geprägt ist.

- a) Der Ausnahmecharakter der vertikalen Preisbindung für Verlagserzeugnisse im Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen

Mit der Zulassung der vertikalen Preisbindung für Markenartikel und Verlagserzeugnisse in § 16 GWB wird nicht nur festgestellt, daß der feste Ladenpreis mit den marktwirtschaftlichen Prinzipien zu vereinbaren ist, sondern auch dokumentiert, daß wirtschaftlichen (Markenartikeln) und darüber hinaus kulturellen Eigenarten (Verlagserzeugnisse) weitestgehend Rechnung getragen wird. Mit der ausdrücklichen Trennung der Begriffe Markenartikel und Verlagserzeugnisse in § 16 GWB wird schon die Tatsache unterstrichen, daß Bücher keine Markenartikel sind<sup>70)</sup>.

Der Text der §§ 15 und 16 GWB lautet:

„§ 15 (Verbot der vertikalen Preisbindung)

Verträge zwischen Unternehmen über Waren oder gewerbliche Leistungen, die sich auf Märkte innerhalb des Geltungsbereichs dieses Gesetzes beziehen, sind nichtig, soweit sie einen Vertragsbeteiligten in der Freiheit der Gestaltung von Preisen oder Geschäftsbedingungen bei solchen Verträgen beschränken, die er mit Dritten über die gelieferten Waren, über andere Waren oder über gewerbliche Leistungen schließt.

<sup>68)</sup> Vgl. Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen vom 26. Juli 1957 (BGBl I, S. 1081). Im folgenden zitiert als GWB.

<sup>69)</sup> Baumbach, Adolf und Hefermehl, Wolfgang, Wettbewerbs- und Warenzeichenrecht, München und Berlin 1960, S. 1208.

<sup>70)</sup> Die gegenteilige Meinung vertreten Findeisen, F., Die Markenartikel im Rahmen der Absatzökonomie der Betriebe, Berlin 1924, S. 32, und Weinhold, H., Marktforschung für das Buch, St. Gallen 1956, S. 388 ff.

## § 16 (Preisbindung der zweiten Hand)

§ 15 gilt nicht, soweit

1. ein Unternehmen die Abnehmer seiner Markenwaren, die mit gleichartigen Waren anderer Hersteller oder Händler im Preiswettbewerb stehen, oder
2. ein Verlagsunternehmen die Abnehmer seiner Verlagserzeugnisse rechtlich oder wirtschaftlich bindet, bei der Weiterveräußerung bestimmte Preise zu vereinbaren oder ihren Abnehmern die gleiche Bindung bis zur Weiterveräußerung an den letzten Verbraucher aufzuerlegen.

(2) Markenwaren im Sinne des Absatzes 1 Nr. 1 sind Erzeugnisse, deren Lieferung in gleichbleibender oder verbesserter Güte von dem preisbindenden Unternehmen gewährleistet wird und

1. die selbst oder
  2. deren für die Abgabe an den Verbraucher bestimmte Umhüllung oder Ausstattung oder
  3. deren Behältnisse, aus denen sie verbraucht werden,
- mit einem ihre Herkunft bezeichnenden Merkmal (Firmen-, Wort- oder Bildzeichen) versehen sind.

(3) . . . .

(4) Preisbindungen nach Absatz 1 Nr. 1 bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Anmeldung beim Bundeskartellamt und der schriftlichen Bestätigung des Eingangs der Anmeldung. Der Anmeldung sind vollständige Angaben über alle vom Hersteller oder Händler den nachfolgenden Stufen berechneten Abgabepreise sowie über die Handelsspannen beizufügen. Ferner ist der Anmeldung ein Muster des für die Preisbindung verwendeten Vertrages oder der die Preisbindung enthaltenden Vertragsbedingungen beizufügen. Bei der Anmeldung ist auch anzugeben, ob der Händler zur Leistung eines besonderen Kundendienstes verpflichtet ist. Spätere Änderungen der gemeldeten Tatsachen sind unverzüglich unter Beifügung der entsprechenden Unterlagen beim Bundeskartellamt anzumelden. Anmeldungen gelten als nicht bewirkt, wenn die beizufügenden Angaben und Muster unrichtig oder unvollständig sind.“

Selbst wenn dem Buch ‚markenartikelähnliche‘ Eigenschaften in einzelnen Erscheinungsformen anhaften — z. B. beim Taschenbuch —, kann das Buch auf Grund seiner wesentlichen Merkmale nicht als Markenartikel bezeichnet werden<sup>71)</sup>.

<sup>71)</sup> Als dem Markenartikel noch nicht die heutige Bedeutung zukam, wurde schon die These Buch gleich Markenartikel mit Argumenten widerlegt, die auch heute gültig sind. Vgl. Menz, G., Das Buch als Ware und Wirtschaftsfaktor, in: Archiv für Buchgewerbe und Gebrauchsgraphik, Jg. 67, Heft 9, Leipzig 1930, S. 445 ff.; Schlemminger, J., Die Preisbindung im deutschen Buchhandel, Stuttgart 1935, S. 30 ff.

Kriterien, die allen Markenartikeln gerecht werden, sind die Markierung und die Verkehrsgeltung<sup>72)</sup>. Für das Buch ist weder der Titel noch das Verlagssignet eine Markierung im Sinne der Markenartikeldefinition, da der Titel nicht die Funktion einer Marke übernimmt und das Verlagssignet kein Herkunftszeichen im Hinblick auf die Verkehrsgeltung bedeutet. Eine Verkehrsgeltung läßt sich auch deshalb nicht ableiten, weil das Buch „nicht wegen seiner Sachbeschaffenheit, sondern als Träger von individuellem Gedankengut verkauft und erworben“ wird<sup>73)</sup> und die relative Kurzlebigkeit der Bücher daher nicht nur zu einem umfassenden und stetigen Angebot immer neuer Titel führt, sondern zugleich eine Abstimmung von Herstellung und Bedarf erschwert.

Die Sonderstellung der Bücher gegenüber den Markenartikeln kommt weiter darin zum Ausdruck, daß für die Rechtsgültigkeit der vertikalen Preisbindung bei Verlagserzeugnissen die formellen und materiellen Voraussetzungen des § 16 Abs. 2 GWB nicht erforderlich sind. Ebenso läßt die Tatsache, daß die Verlagserzeugnisse in § 16 Abs. 4 GWB nicht erwähnt werden, darauf schließen, daß für die formelle Wirksamkeit der Festpreisbindung bei Büchern eine Anmeldung beim Bundeskartellamt in Berlin und deren Bestätigung gem. § 16 Abs. 4 GWG nicht notwendig ist.

Um den Vorschriften des § 34 GWB zu genügen, müssen auch die Preisbindungsverträge zwischen den Verlegern und ihren Abnehmern schriftlich abgefaßt werden. Die vertikale Preisbindung für Verlagserzeugnisse unterliegt wie sämtliche Preisbindungen der ständigen Aufsicht des Bundeskartellamtes (§ 44 Abs. 1 Ziff. 1b) und kann gem. § 17 GWB bei mißbräuchlicher Handhabung für unwirksam erklärt werden.

Preisbindungsverträge, die den Rechtsschutz des Vertrags- und Wettbewerbsrechts genießen, können nur autonom geschlossen werden<sup>74)</sup> und müssen die Forderung der Lückenlosigkeit<sup>75)</sup> erfüllen.

---

<sup>72)</sup> Vgl. Thurman, P., Grundformen des Markenartikels, Berlin 1961, S. 21 ff. Er stellte als erster diese beiden Kriterien als allein verbindliche Merkmale des Markenartikels heraus. Vgl. auch Gutenberg, E., Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, Bd. II, Berlin-Göttingen-Heidelberg 1959, S. 310 f.

<sup>73)</sup> Müller-Henneberg-Schwartz (Hrsg.), Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen und Europäisches Kartellrecht, Köln-Berlin-Bonn-München 1963, S. 449. Vgl. auch Meyer-Dohm, Uhlig a.a.O., S. 18.

<sup>74)</sup> Der Bundesgerichtshof bestätigt in seinem Urteil vom 10.12.1957 — BGH 218 — die Möglichkeit des autonomen Preisbindungsvertragsabschlusses.

<sup>75)</sup> Vgl. Entscheidungen des Reichsgerichts in Zivilsachen 133, S. 61, und Bundesgerichtshof, in: Juristenzeitung 1958, S. 315. „Der Verleger kann sich bei lückenloser Durchführung des Reverssystems gegenüber der Preisunterbietung durch Außen-seiter gegebenenfalls auf die §§ 1 UWG, 826 BGB berufen.“ Ulmer, Eugen, Urheber- und Verlagsrecht, Berlin-Göttingen-Heidelberg 1960, S. 345. Vgl. auch Oberlandesgericht München, in: Neue juristische Wochenschrift 1955, S. 1684, und Völpe, F., a.a.O., S. 99—129.

Die Diskussion um die Aufhebung der vertikalen Preisbindung in der jüngsten Zeit kann nicht an der Tatsache vorbeisehen, daß der Charakter der vertikalen Preisbindung für Bücher eine Ausnahmestellung nicht nur gegenüber den Waren ohne Preisbindung, sondern auch gegenüber den Markenartikeln fordert. Die Institution der vertikalen Preisbindung, die schon seit 75 Jahren buchhändlerische Tradition ist, verhindert einen ausgeprägten Wettbewerb auf diesem wohl ältesten preisgebundenen Markt nicht.

b) Die vertikale Preisbindung im Spiegel wirtschaftlicher Daten des Buchhandels

Seit der Gründung des Börsenvereins der Deutschen Buchhändler zu Leipzig im Jahre 1825 wurde die vertikale Preisbindung auf kollektiver Basis durchgesetzt. Mit den Dekartellierungsbestimmungen<sup>76)</sup> und den Bestrebungen der Regierung, den Schutz des Wettbewerbs zu gewährleisten, wurde die Stellung des Verbandes nach dem zweiten Weltkrieg dadurch entscheidend geschwächt, daß die Preisbindung auf *kollektiver* Basis nicht mehr zugelassen wurde. Der nun in Frankfurt residierende Börsenverein des deutschen Buchhandels, in dem es seit 1955 wieder die Einzelmitgliedschaft gibt, durfte also die Überwachung des gebundenen Preises nicht mehr übernehmen, so daß diese Aufgabe nunmehr dem einzelnen Verleger obliegt. Diese Entwicklung ist der Zusammenarbeit von Verlegern und Buchhändlern insofern nicht förderlich, als Außen-seiter die gleichgerichteten Interessen beider Wirtschaftsbereiche mißachteten und auf Grund ihres gemischten Sortiments Bücher zu niedrigeren als den gebundenen Preisen anboten.

Im allgemeinen ist jedoch das gute Verhältnis zwischen Verlegern und Buchhändlern für diesen Wirtschaftszweig kennzeichnend. So gewährleistet die grundsätzlich gleichbleibende Zahl von 4500 Mitgliedern des Börsenvereins eine Stabilität, die den buchhändlerischen Traditionen eigen ist und ihnen zugute kommt.

Bei der Beurteilung der vertikalen Preisbindung im Buchhandel ist die morphologische Markteigenschaft von entscheidender Bedeutung. Deshalb sollen einige wichtige wirtschaftliche Daten die besondere Situation des Buchhandels charakterisieren. Die Festpreisbindung bietet eine gewisse Sicherheit dafür, daß eine repräsentative Literatur von 1873 Verlagen in 348 Städten geschaffen und von 4121 Buchhandlungen in 985 Orten angeboten wird<sup>77)</sup>. Mit 25 673 Neuerscheinungen im Jahre 1963, einem Angebot von 241 000 — in

---

<sup>76)</sup> Vgl. dazu vor allem Völp, F., a.a.O., S. 35—51.

<sup>77)</sup> Die statistischen Angaben sind, soweit nicht anders vermerkt, der Veröffentlichung: Buch und Buchhandel in Zahlen, Frankfurt 1962, entnommen.

den letzten zehn Jahren erschienenen — Titeln<sup>78)</sup> und der Möglichkeit, zwischen 500 000 am Markt erhältlichen Titeln<sup>79)</sup> zu wählen, bietet allein der deutsche Buchhandel schon eine Vielfalt und Angebotstiefe, die wohl von keinem anderen Wirtschaftszweig übertroffen werden dürfte.

Den größten Anteil des Gesamtumsatzes im Jahre 1960 mit 27,6% (1958: 25,3%) im deutschen Buchhandel stellt die Umsatzgrößenklasse von 100 000 bis 250 000 DM<sup>80)</sup>, die als repräsentativ angesehen werden kann. Allerdings ist die Zahl der Buchhandlungen, die den Umsatzgrößenklassen von 8500 bis 100 000 DM angehören, mit 56% — wenn auch im Abnehmen begriffen (1958: 60,4%) — relativ hoch. Hier zeigt sich, daß die größeren Unternehmen auf Grund einer besseren Rationalisierung, stärkeren Modernisierung und infolge eines günstigeren Standortes an dem wirtschaftlichen Aufschwung der Nachkriegsjahre in stärkerem Maße teilgenommen haben als die kleineren Buchhandlungen; so vereinen die beiden Umsatzgrößenklassen 250 000 — 500 000 DM und 500 000 — 1 Million DM, die 14,4% aller Steuerpflichtigen im Buchhandel ausmachen, 34,2% des Gesamtumsatzes auf sich (gegenüber 23,4% der für Deutschland typischen Buchhandlungsgruppe).

Aufschlußreiche Ergebnisse für eine weitergehende Beurteilung der vertikalen Preisbindung ergeben sich aus den Betriebsvergleichen des Instituts für Handelsforschung an der Universität Köln und des Bucharchivs in München.

In den Betriebsvergleichsergebnissen für Verlagsunternehmen des Bucharchivs München ergibt sich für die Herstellungskosten eine leicht steigende Tendenz von 47,3% im Jahre 1950 auf 48% der Gesamtkosten im Jahre 1960. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, daß es sich um Durchschnittswerte handelt und der Kostenanteil für Satz, Druck und Papier bei wissenschaftlichen Büchern erheblich höher ist als bei schöngeistiger Literatur. Während die Honorarkosten im Laufe des Untersuchungszeitraums von 12,4% auf 10,6% der Gesamtkosten gesunken sind, stiegen die Personalkosten geringfügig von 14,8% auf 15,5%. Hier ist allerdings zu berücksichtigen, daß die Mehrbelastung durch höhere Personalkosten infolge umfangreicher Rationalisierungsmaßnahmen aufgefangen werden konnte.

In der Betriebsgrößenstruktur zeigt sich insofern ein Wandel, als der Umsatzanteil der Verlage mit einem Umsatz von 100 000 DM etwa gleichbleibt, während die Gruppe mit weniger als 100 000 DM Umsatz stetig kleiner wird

---

<sup>78)</sup> Vgl. Frankfurter Allgemeine Zeitung, Frankfurt 1964, 12. September 1964.

<sup>79)</sup> Vgl. Almanach des Verlags Georg D. W. Callwey für das Jahr 1963, München 1963, S. 8.

<sup>80)</sup> In einem Gutachten von Bredt aus dem Jahre 1956 wird für die Existenz einer Buchhandlung ein Umsatz von 180 000 DM angegeben. Vgl. Bredt, O., Branchenuntersuchung im Buchhandel, Hauptbericht, Hannover 1957, S. 190.

(38,6 v. H. für 1955, 34,3 v. H. für 1959) und in der Gruppe der Jahresumsätze über 500 000 DM weiter steigt (von 23,8 v. H. für 1955 auf 28,3 v. H. für 1959)<sup>61)</sup>.

Im Zusammenhang mit dieser Entwicklung muß darauf hingewiesen werden, daß sich die Kostensituation für die großen Verlage im allgemeinen erheblich gebessert hat. Dabei spielt, neben den geringeren Herstellungskosten, den gleichbleibenden prozentualen Anteilen der Buchhändler und dem sinkenden Anteil des Autors, die Tatsache eine Rolle, daß die Distributionskosten etwa 56 v. H. und die Herstellungskosten um 44 v. H. der Kosten des Buches betragen, während es in anderen Branchen umgekehrt ist<sup>62)</sup>.

In den Betriebsvergleichen des Instituts für Handelsforschung zeigt sich, daß die intensiven Wettbewerbshandlungen und strukturellen Eigenarten des Buchhandels einen relativ hohen Gesamtkostendurchschnitt bewirken.

Durch die zahlreichen und umfassenden Dienstleistungen, die eine hohe Arbeitsintensität voraussetzen, spielen die Personalkosten in der Gesamtkosten-sicht des Ladenbuchhandels eine entscheidende Rolle. Im Jahre 1961 betrugen die Personalkosten 13,5 v. H. des Umsatzes — etwa 51 v. H. der Gesamtkosten — und lagen damit über dem Einzelhandelsdurchschnitt von 11,2 v. H. des Umsatzes<sup>63)</sup>.

Zu den wichtigsten Argumenten gegen die vertikale Preisbindung sind die „überhöhten“ Handelsspannen zu rechnen<sup>64)</sup>. Mit einer Handelsspanne von 30,4 v. H. im Jahre 1960 (1961 Handelsspanne 30,2 v. H.) gegenüber Gesamtkosten in Höhe von 27,0 v. H. im Jahre 1960 weist der Buchhandel im Vergleich zu den Minimalspannen verschiedener preisgebundener Markenwaren die relativ niedrigsten Spannen auf: Die gewogenen durchschnittlichen Minimalspannen für Textilien betragen 34,0 v. H., für Porzellan und Glaswaren 46,1 v. H., für Möbel 35,2 v. H., für Papier- und Schreibwaren 34,0 v. H., für Uhren, Gold- und Silberwaren 40,8 v. H., für Photo und Optik 38,7 v. H. und für Drogerien 37,1 v. H.<sup>65)</sup>.

Da die Kostenbelastung im Jahre 1961 gegenüber 1960 auf Grund der Umsatzsteuererleichterungen und der Fortschritte der Rationalisierung<sup>66)</sup> im

<sup>61)</sup> Vgl. Buch und Buchhandel in Zahlen, a.a.O., S. 31.

<sup>62)</sup> Vgl. Centre D'Etudes Du Commerce, La Librairie En Allemagne Fédérale, a.a.O., S. 51.

<sup>63)</sup> Vgl. Buch und Buchhandel in Zahlen, a.a.O., S. 37/38.

<sup>64)</sup> Vgl. Kartellbericht, a.a.O., S. 34. Verbraucherpolitische Korrespondenz, Nr. 17/61, Bonn 1961, S. 2. Anderer Meinung ist die Hauptgemeinschaft des Deutschen Einzelhandels in: FfH Mitteilungen, III. Jg., 1. Quartalsheft 1962, S. 22. Deutscher Industrie- und Handelstag, in: FfH Mitteilungen, a.a.O., S. 27.

<sup>65)</sup> Vgl. Kartellbericht, a.a.O., S. 54.

<sup>66)</sup> Vgl. Hinze, Franz, Rationalisierung der Buchhaltung des Sortiments, in: Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel, Frankfurt 1959, 15. Jg., Nr. 48, S. 741.

Buchhandel etwas abnahm, stieg der prozentuale Gewinn leicht an. Einschließlich Unternehmerlohn und Eigenkapitalzins erzielten diejenigen Buchhandlungen, die dem Institut für Handelsforschung angeschlossen sind, 1961 einen steuerlichen Reingewinn von 8,3 v. H. des Umsatzes. Dieser Vomhundertsatz liegt allerdings noch unter demjenigen verschiedener Branchen aus dem Jahre 1959: Uhren und Schmuck 14,3 v. H. des Umsatzes, Photo 10,4 v. H., Glas und Porzellan 9,4 v. H., Drogerien 11,5 v. H. und Schreibwaren 9,3 v. H.<sup>87)</sup>.

Zu berücksichtigen ist allerdings die Tatsache, daß die Unternehmen, die den Betriebsvergleichen des Instituts für Handelsforschung angeschlossen sind, keinen repräsentativen Querschnitt der deutschen Buchhandlungen darstellen, da im allgemeinen nur die dynamischsten Firmen teilnehmen, und außerdem wurde mit der Höhe des steuerlichen Reingewinns von 1961 — obwohl im Vergleich zu verschiedenen anderen Branchen geringer — der höchste Stand der letzten 15 Jahre erreicht.

Obwohl der Umsatz der Ladenbuchhandlungen während der Jahre von 1950 bis 1960 im Vergleich zur Umsatzentwicklung des gesamten Facheinzelhandels stärker stieg, wurden infolge der hohen Personalkosten und des geringen Lagerumschlags<sup>88)</sup> kleinere Gewinne (im Vergleich zu anderen Branchen mit gehobenem Bedarf) erzielt, so daß von überhöhten oder nicht marktgerechten Handelsspannen nicht gesprochen werden kann. Darüber hinaus ist noch festzuhalten, daß die Ertragsverhältnisse vor dem Kriege günstiger waren; während die Handelsspanne ohne Berücksichtigung der Umsatzsteuer (die vor dem Kriege nur 2 v. H. betrug und nach dem Kriege erst 1961 von 4% auf 1,5% gesenkt wurde) für 1936/38 rund 30 v. H. des Umsatzes ausmachte, ergab sich für 1960 zwar eine Spanne von 30,4 v. H. des Umsatzes; doch erzielte der Buchhandel 1936/38 einen steuerlichen Reingewinn von 8 v. H. des Umsatzes, wogegen er 1960 mit 7,5 v. H. des Umsatzes ausgewiesen wurde<sup>89)</sup>.

Ein Blick auf den Durchschnittsladenpreis im Buchhandel zeigt, daß er in den letzten 2 Jahren grundsätzlich steigende Tendenz hat. Es ist jedoch zu berücksichtigen, daß einmal die Bogenpreise (Buchherstellung) im gleichen Zeitraum prozentual auf das Doppelte, und zwar um 3%, stiegen und daß die Preissteigerungen im wesentlichen durch die Herstellung von wissenschaftlichen Büchern bewirkt werden.

---

<sup>87)</sup> Vgl. Grade, A., Wandlungen und Aufgaben des Sortiments in den kleinen Städten, in: Beilage zum Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel, Frankfurt 1961, Nr. 30, S. 6.

<sup>88)</sup> Während bei den wissenschaftlichen Büchern die Lagerzeit erheblich ist und das investierte Kapital sich nur langsam realisieren läßt, unterliegen Bücher der Belletristik in starkem Maße dem Wandel und müssen bei Nichtabsatz zu stark herabgesetzten Preisen verkauft werden.

<sup>89)</sup> Vgl. Buch und Buchhandel in Zahlen, a.a.O., S. 44.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, daß selbst die auf rein wirtschaftlichen Argumenten fußende Kritik an der vertikalen Preisbindung im Buchhandel nach den angeführten Ergebnissen nicht nur unberechtigt erscheint, sondern geradezu widerlegt wird.

Inwieweit sich der deutsche Buchhandel den gesetzlichen und wirtschaftlichen Gegebenheiten anpaßte und die Intensität des Wettbewerbs noch erhöhte, soll im folgenden Abschnitt dargestellt werden.

#### c) Anpassung und Strukturveränderungen im deutschen Buchhandel

Die Wettbewerbswirtschaft hat in ihrer heutigen Erscheinungsform trotz verschiedener Nachteile zahlreiche Fortschritte ermöglicht und gute Ergebnisse erzielt. Wenn auch die Wirtschaftssysteme und die Wirtschaftspolitik in einer Zeit des Wandels stehen<sup>90)</sup>, so wird doch die Grundhaltung der Wettbewerbspolitik nicht nur für diese wirtschafts- und gesellschaftspolitischen Umwandlungsprozesse, sondern ebenso für die Aufgaben der Bildung und Forschung, denen sich in besonderem Maße der Buchhandel widmet, bedeutsam sein. Eines der wichtigsten Kriterien dieser marktwirtschaftlichen Konzeption in Deutschland wird durch den Ausnahmecharakter in Verbindung mit dem Mißbrauchsprinzip für Verlagserzeugnisse manifestiert. Diese neuen rechtlichen Regelungen sowie die veränderte wirtschaftliche Situation zwingen Verleger und Buchhändler, sich den gesetzlichen Neuerungen anzupassen und an den Strukturverschiebungen auf dem Büchermarkt teilzunehmen. Nachdem die Verkehrs- und Verkaufsordnung (VVO), die in ihrem wesentlichen Gehalt auf die Fassung von 1888 zurückgeht, vom Bundeskartellamt 1958 als unzulässige Empfehlung für Geschäftsbedingungen (§ 1 GWB) zur Veröffentlichung nicht mehr genehmigt wurde, versuchten Verband, Verleger, Buchhändler und Vertreter des Bundeskartellamtes, gemeinsam einen neuen Weg zu finden.

Tatsächlich ergeben sich durch Inkrafttreten des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen insofern Schwierigkeiten, als die vielen einheitlichen Vergünstigungen vom festen Ladenpreis<sup>91)</sup> weder Geschäftsbedingungen der Verlage an die Sortimentsbuchhändler im Sinne des § 2 Abs. 1 GWB noch Rabatte gem. § 3 Abs. 1 GWB sind. Diese Schwierigkeiten und die Tatsache, daß etwa 1200 Verleger jeden Buchhändler einzelnen verpflichten müssen<sup>92)</sup> und daß es nirgends so unterschiedliche und vielseitige Nachlaß- und Vorzugspreissysteme gibt wie im Buchhandel<sup>93)</sup> führten zu einer Rechtsunsicherheit, die die Lückenlosigkeit der vertikalen Preisbindung gefährdete.

<sup>90)</sup> Vgl. Clark, John Maurice, *Economic Institutions and Human Welfare*, New York 1957, S. 3.

<sup>91)</sup> Vgl. Müller-Henneberg-Schwartz (Hrsg.) a.a.O., S. 451.

<sup>92)</sup> Wohl in keiner anderen Branche dürfte ein Händler von so vielen verschiedenen Herstellern beliefert werden wie im Buchhandel.

<sup>93)</sup> Vgl. dazu die Ausführungen von Köth, Arno, *Wie rechnet der Buchhändler?*, Köln 1962, S. 8—51.

Um zu vermeiden, daß die vertikale Preisbindung auf Grund der Lückenhaftigkeit für unwirksam erklärt wird, bieten sich nun zwei Möglichkeiten an. Die erste wäre, die gewährten Nachlässe in ihrer Gesamtheit abzuschaffen; diese vom wirtschaftlichen Standpunkt durchführbare Lösung wird aber vom Buchhandel aus kulturpolitischen und sozialen Erwägungen abgelehnt. So bleibt, solange es zu keiner Gesetzesänderung kommt<sup>94)</sup>, nur der Weg über eine gemeinsame rechtmäßige Vereinheitlichung der Bedingungen im Sinne eines anmeldepflichtigen Konditionskartells gem. § 2 Abs. 1 GWB. Der Börsenverein ist bestrebt, die Rechtsgültigkeit der Verkehrs- und Verkaufsordnung einmal als Konditionenkartell und zum anderen als einzutragende Wettbewerbsregeln beim Bundeskartellamt durchzusetzen. Die in ein Konditionenkartell gebrachte Verkehrsordnung hat nach einigen Änderungen auf Veranlassung der Kartellbehörde keinen Widerspruch gefunden und wurde so anerkannt<sup>95)</sup>. Die Mitglieder des Kartells verpflichteten sich zur „Wahrung der Gewohnheiten und Gebräuche, die sich im geschäftlichen Verkehr der herstellenden Buchhändler (Buch-, Kunst-, Landkarten-, Zeitschriften- und Bühnenverleger) mit ihren Kunden in Deutschland entwickelt haben ...“<sup>96)</sup>. Es geht dabei unter anderem um die einheitliche Regelung des festen Ladenpreises, die Bezugsbedingungen, die rechtliche Gültigkeit der Bestellungen, die Lieferung über Kommissionäre, Beförderungs- und Haftungsfragen sowie um das Rücksendungsrecht.

Die wichtigsten Bestimmungen der Verkehrsordnung (VO) enthalten die §§ 1 (Begriffsbestimmungen) und 3 (Bezugsbedingungen). Für die Verkehrsordnung gilt folgende, die vertikale Preisbindung betreffende Definition des § 1 Abs. 4: Der „Ladenpreis“ ist der vom Verleger für den Verkauf an das Publikum festgesetzte Verkaufspreis, der „Nettopreis“ der dem buchhändlerischen Bezieher berechnete Preis. In § 3 Abs. 2 VO heißt es: „Wenn der Verleger die Ladenpreise und Sonderpreise gebunden hat (§§ 16 und 34 GWB),

---

<sup>94)</sup> In einem Brief vom 15. November 1961 zum Kartellbericht an den Bundesminister für Wirtschaft macht der Börsenverein des Deutschen Buchhandels zur Änderung des § 16 Abs. 5 GWB zwei ähnliche Vorschläge, von denen der erste lautet: „Macht ein Verlagsunternehmen von dem ihm nach § 16 Abs. 1 zustehenden Recht Gebrauch, so ist es ihm auch gestattet, die Preisbindungsverträge für seine Verlagszeugnisse durch einen Bevollmächtigten abzuschließen, der gleichzeitig andere Verleger bei der Durchführung der Preisbindung vertritt. Eine dadurch bewirkte einheitliche Anwendung von Preisermäßigungen ist nicht als ein Vertrag oder Beschluß im Sinne des § 1 anzusehen.“ Frankfurt 1961, S. 5.

<sup>95)</sup> Vgl. Müller-Henneberg-Schwartz (Hrsg.), a.a.O., S. 451. Frankfurter Allgemeine Zeitung, Frankfurt 1962, 5. November 1962.

<sup>96)</sup> Vgl. Satzung, Verein für Verkehrsordnung im Buchhandel, Frankfurt 1963, § 2 Abs. 1 S. 3.

sind die von ihm festgesetzten Ladenpreise und Sonderpreise bindend . . .“<sup>97)</sup>. Im Falle von Preisänderungen, Vergünstigungen oder Preisauhebung kommen weitere Vorschriften des § 3 (Bezugsbedingungen) und § 4 VO (Änderung der Bezugsbedingungen) zur Anwendung. Infolge der schon erwähnten rechtlichen Bedenken gegen die einheitliche Regelung der *Verkaufsordnung*, die den Verkehr zwischen dem Buchhändler und dem Publikum regelt und für die festen Ladenpreise eigentlich relevant ist<sup>98)</sup>, fällt der *Verkehrsordnung* in zunehmendem Maße die Aufgabe zu, für einen einheitlichen Verkaufspreis zu sorgen.

In der Zeit nach dem Erscheinen des Kartellberichts hat die Diskussion um die vertikale Preisbindung im allgemeinen und im Buchhandel im besonderen<sup>99)</sup> eine Heftigkeit und Publikumswirkung erzielt, die der Sache nach zwar nicht berechtigt erscheint, da es weit wichtigere Probleme zu lösen gibt<sup>100)</sup>, aber vom Ergebnis her für die Befürworter der vertikalen Preisbindung insofern befrie-

---

<sup>97)</sup> Verkehrsordnung des Deutschen Buchhandels, Frankfurt 1963, S. 415. Es soll noch erwähnt werden, daß sich die Berechtigung zur Festsetzung und der Schutz des festen Ladenpreises nicht aus § 21 des Verlagsvertrages ableiten lassen. Vgl. Ullmer, Eugen, a.a.O., S. 344.

<sup>98)</sup> Vgl. Schlemminger, J., a.a.O., S. 112. Die grundlegende Bestimmung der Verkaufsordnung, die zur Einhaltung des festgesetzten Preises verpflichtete, lautet (§ 5 Abs. 2): „Beim Angebot oder Verkauf neuer Werke an das Publikum ist der vom Verleger festgesetzte Ladenpreis einzuhalten, soweit nicht satzungsgemäß zustande gekommene und veröffentlichte Ordnungen und Beschlüsse, insbesondere diese Verkaufsordnung selbst, Ausnahmen ausdrücklich zulassen. An die Vorschrift ist auch der Verleger gebunden. Er ist nicht berechtigt, Erlaubnis zum Verkauf von Werken seines Verlages unter dem Ladenpreis zu erteilen oder selbst unter dem Ladenpreis an das Publikum zu verkaufen, solange dieser dem Gesamtbuchhandel gegenüber fortbesteht.“

<sup>99)</sup> Hier sei besonders auf die schon erwähnten Veröffentlichungen von Meyer-Dohm hingewiesen, die in ihrer Klarheit, Argumentation und Objektivität auch nicht durch die Aufsätze von Böhm, Fr., Markenpreisbindung und fester Ladenpreis im Buchhandel, in: Ordo, Jahrbuch für Ordnung von Wirtschaft und Gesellschaft, Bd. XIV, Düsseldorf-München 1963, S. 219 ff., und Winterhoff, Edmund, Der „feste Ladenpreis“, ein Vorteil für Buchhandel und Bücher?, in: Ordo, Bd. XIV, a.a.O., S. 235 ff. widerlegt werden.

<sup>100)</sup> So hat z.B. die zweite Aufgabe des Kartellberichts, nämlich die Untersuchung über marktbeherrschende Unternehmen, nicht die Beachtung gefunden, die diesem Problem eigentlich zukommt. Als wichtigstes sei noch das Problem der Sozialgesetzgebung genannt. So würde die Anwendung des marktwirtschaftlichen Prinzips der Leistung und Gegenleistung in der Sozialpolitik das Verantwortungsgefühl aller Wirtschaftssubjekte fördern — ein Ziel, das in der Politik der Bundesregierung immer erwähnt, aber noch nicht in Angriff genommen wurde. Vgl. Regierungserklärung vom 18. 10. 1963.

digend ist, als von der Regierung nach Kenntnisnahme wohl begründeter Argumente<sup>101)</sup> das Verbot der vertikalen Preisbindung nicht mehr angestrebt wird<sup>102)</sup>.

Die Bedenken, die gegen eine wirtschaftliche Ausnahmestellung des Buchhandels in den jüngsten Streitgesprächen erhoben wurden, sind auf Seiten des Buchhandels auf fruchtbaren Boden gefallen, weil sich nun der Buchhandel nicht nur von neuem seiner kulturellen Aufgabe bewußt wurde, sondern auch in wirtschaftlicher Hinsicht eine Aktivität anstrebt und gewissermaßen eine Erneuerung seiner Kräfte erfährt, die sich sowohl auf die Stärkung und Förderung der Literatur wie auf die Intensivierung des Wettbewerbs — im Rahmen der vertikalen Preisbindung — auswirkt.

Der wirtschaftliche Erfolg des Buchhandels im letzten Jahrzehnt ist in seiner quantitativen Auswirkung (Erträge für eine große Zahl von Ladenbuchhandlungen) nicht zuletzt der Institution der vertikalen Preisbindung zu verdanken, qualitativ jedoch dem ausgeprägten Wettbewerb auf Grund der *Vielzahl* buchhändlerischer Betriebsformen<sup>103)</sup> und dem Erfolg neuer Buchausgaben.

Der *Sortimentsbuchhandel*, über den der überwiegende Teil des gesamten Buchabsatzes getätigt wird, ist nicht nur wirtschaftlich der wichtigste Partner des Verlages, sondern formt auch durch seine Public-Relations-Arbeit und seine Tätigkeit auf kulturellem Gebiet mit dem Verlagswesen zusammen das Bild (image) des Buchhandels in der Öffentlichkeit. Seine wesentliche Aufgabe besteht darin, dem Leser durch ein wohl assortiertes, reichhaltiges und tiefes Sortiment nicht nur ständig einen Einblick in die Literatur zu ermöglichen, sondern auch in besonderer Weise die Markttransparenz zu fördern. Der Laden-

---

<sup>101)</sup> Für die Aufrechterhaltung der vertikalen Preisbindung bei Markenartikeln stellte der Markenverband die wichtigsten Argumente in einem Weißbuch zusammen, in dem als erstes auf den geringen Anteil des Umsatzes der gebundenen Artikel am Gesamtumsatz des Einzelhandels von 10,5 v. H. hingewiesen wird. Vgl. Die vertikale Preisbindung im Kartellbericht der Bundesregierung, Ein Weißbuch des Markenverbandes, Wiesbaden 1962, S. 2. Die Vermutungen und Meinungen, die im Kartellbericht zur vertikalen Preisbindung im Buchhandel geäußert werden, wurden von Grundmann mit sachlichen und stichfesten Argumenten widerlegt. Vgl. Grundmann, H., Buchhandel und Marktwirtschaft, in: Sonderdruck aus dem Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel, Frankfurt 1963.

<sup>102)</sup> Vgl. Referentenentwurf zur Kartellgesetznovelle, kommentiert in: Frankfurter Allgemeine Zeitung, Frankfurt 1964, 21. Mai 1964; Kartellamtspräsident Günther: Preisbindung bleibt Ausnahme der Wettbewerbsordnung, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung, Frankfurt 1964, 22. September 1964.

<sup>103)</sup> Über die Betriebsformen im Buchhandel unterrichten vor allem Hiller-Strauß (Hrsg.), der deutsche Buchhandel, Gütersloh 1961, S. 162–281. Vgl. auch Meyer-Dohm, P. und Uhlig, Chr., a.a.O., S. 23–26, und Gonski, H., Vertriebsformen des Buches, in: Der Deutsche Buchhandel in unserer Zeit, Göttingen 1961, S. 5–6.

buchhandel als „klassische Form“<sup>104)</sup> des Buchvertriebs ist für den Verleger wie für den Leser dann unersetzlich, wenn er wirtschaftlich und kulturell seine Mittlerstellung erfüllt.

Der *Reisebuchhandel*, der seine Kunden vornehmlich auf dem Land und in kleineren Orten hat, wo es im allgemeinen keine Buchhandlung gibt, beschränkt sein Angebot auf wenige, aber wichtige Bücher (Fachbücher, Lexika und Spezialliteratur), die ohne die intensive Vertriebsarbeit dieser Betriebsform nicht hätten verkauft werden können.

Der *Versandbuchhandel* hat in der Nachkriegszeit seinen Wirkungsgrad erhöhen und dadurch seine Bedeutung erweitern können. Im Gegensatz zum Reisebuchhandel, der seine Kunden durch Vertreter aufsucht, erschließt der Versandbuchhandel seine Käuferkreise durch Anzeigenwerbung, Kataloge und Prospekte. Der Reise- und Versandbuchhandel, die meist in einem Unternehmen zusammengefaßt sind, sichern dem Verleger durch die Erschließung entferntester Käuferkreise einen zusätzlichen Absatz, der durchaus die Festsetzung eines niedrigeren Ladenpreises zur Folge haben kann. Nicht unbeachtlich ist die „Pionierarbeit“<sup>105)</sup>, die der Reise- und der Versandbuchhandel für die Entwicklung der Buchgemeinschaften geleistet haben.

Bei den meisten *Buchverkaufsstellen* handelt es sich um Fachgeschäfte, „welche diejenigen Bücher mit verkaufen, die thematisch zu ihrem eigentlichen Verkaufsobjekt gehören“<sup>106)</sup>. Diese Verkaufsstellen, deren Zahl zwischen 8000 bis 14000 beträgt, erfassen weitere Käuferschichten, die nicht schon Kunden des Sortimentsbuchhandels sind.

Der *Antiquariatsbuchhandel* stellt nicht nur eine weitere Betriebsform im Buchhandel dar, sondern erfüllt darüber hinaus eine buchhändlerische Funktion, die derjenigen des Ladenbuchhandels qualitativ in nichts nachsteht. Neben der eigentlichen Aufgabe, vergriffene Bücher zu vermitteln, werden wissenschaftliche Bücher und Zeitschriften des In- und Auslandes gekauft und wieder verkauft. Obwohl der Antiquariatsbuchhandel in keinem direkten Wettbewerb mit dem Sortimentsbuchhandel — was die vertikale Preisbindung anbelangt — tritt, werden doch Konkurrenzelemente wirksam.

Vom Antiquariatsbuchhandel zu trennen ist der *Ramschmarkt* — „Modernes Antiquariat“ —, auf dem Auflagenreste und Bücher mit technischen Mängeln sowie Bücher mit extrem langen Lagerzeiten zu herabgesetzten Preisen verkauft werden. Durch die wirtschaftlichen Erfolge auf dem Ramschmarkt, der sein Bestehen im wesentlichen der vertikalen Preisbindung verdankt, und den dadurch ausgelösten Konkurrenzdruck kommen im Buchhandel Kräfte des Preiswettbewerbs und im Verlag regulierende Momente insofern zur Geltung, als

<sup>104)</sup> Gonski, H., a.a.O., S. 11.

<sup>105)</sup> Hiller-Strauß, a.a.O., S. 228.

<sup>106)</sup> Gonski, H., a.a.O., S. 17.

der Ladenbuchhandel wie auch der Verlag versuchen, sich diese Wirkungen (Preisherabsetzungen) zunutze zu machen, während andererseits der Verleger diese Entwicklung bei der Bestimmung des Ladenpreises berücksichtigen muß.

Der *Bahnhofsbuchhandel*, der einen relativ gleichmäßigen und stabilen Umsatz hat, verkauft im wesentlichen Zeitungen, Zeitschriften und Bücher der anspruchslosen Unterhaltungsliteratur. Eine nicht unbeträchtliche Umsatzsteigerung erzielen die Bahnhofsbuchhandlungen mit den Taschenbüchern und ‚paperbacks‘. Diese Form des Buchhandels steht am Ende der Skala, die den Übergang zu den modernen Absatzmethoden im Buchhandel charakterisiert.

Den wichtigsten Anteil am Wandel der buchhändlerischen Betriebsformen können die *Buchgemeinschaften*<sup>107)</sup> beanspruchen. Das Problem, ob der Sortimentsbuchhandel durch den Erfolg der Buchgemeinschaften in wesentlichem Maße geschädigt oder in der Erfüllung seiner Aufgaben unterstützt wurde, läßt sich dahingehend kennzeichnen, daß die Faktoren beider Argumentationen wohl zur Wirkung gekommen sind, im Laufe der Zeit sich aber die Entwicklung deshalb zugunsten des gesamten Buchhandels fortsetzte, weil neue Käufer-schichten für das Buch gewonnen wurden. Ohne Zweifel liegt in der Gewinnung eines solch großen Käuferkreises eine gewisse Gefahr, die sich aus der Uniformierung und der damit zwangsläufig verbundenen Nivellierung der Bildung und des literarischen Geschmacks ergibt. Andererseits kann jedoch der Erfolg nicht hoch genug eingeschätzt werden, den die Buchgemeinschaften durch ihre intensive Werbearbeit für das Buch erzielt haben. Mit über 5 Millionen Mitgliedern, die von 17 Buchgemeinschaften betreut werden, entstand eine Betriebsform, die in wirtschaftlicher wie in kultureller Hinsicht eine entscheidende Rolle spielen wird. Die außerordentlich hohen Auflagenzahlen der von Buchgemeinschaften herausgegebenen Bücher<sup>108)</sup> ermöglichen es, einen Preis zu bestimmen, der im Durchschnitt um 37,4 v. H. billiger als die Normalausgabe ist<sup>109)</sup>. Es zeigt sich schließlich, daß die Buchgemeinschaft nicht nur ein Konkurrent, sondern auch ein echter Partner im Buchhandel geworden ist.

Neben dem *werbenden Buch- und Zeitschriftenhandel*, der sich insbesondere um Buch- und Zeitschriften-Abonnements bemüht, ist auf die große Zahl

---

<sup>107)</sup> „Buchgemeinschaften (auch Buchklubs genannt) vereinigen eine mehr oder weniger große Anzahl von Mitgliedern oder Abonnenten, die für einen festgelegten Beitrag in gewissen Zeitabständen ein von der Buchgemeinschaft herausgebrachtes Buch erhalten.“ Hiller, H., Wörterbuch des Buches, zitiert in: Hiller-Strauß, a.a.O., S. 259.

<sup>108)</sup> In einem Brief von Strauß vom Bertelsmann Lesering an den Verfasser wird die Durchschnittsausgabe bei den Hauptvorschlagsbänden mit 600 000 Exemplaren angegeben.

<sup>109)</sup> Vgl. Meyer-Dohm, P., Buchgemeinschaft und Bücherpreis, Betrachtungen zu einem neuen Nachschlagwerk, in: Bertelsmann Briefe, Heft 9, Gütersloh 1961, S. 3.

wissenschaftlicher und Fachbuchhandlungen hinzuweisen, die sich bestimmten Gebieten in besonderem Maße widmen.

In diesem Zusammenhang ist noch auf die Möglichkeit hinzuweisen, daß Bücher in öffentlichen Bibliotheken ausgeliehen werden können. Wenn ein Bibliotheksbenutzer im allgemeinen zwar schon Kunde einer Buchhandlung ist beziehungsweise es in der überwiegenden Zahl der Fälle wird, so ist auch denkbar, daß der Leser auf den Kauf eines teuren Buches dann verzichtet, wenn er es zunächst einmal in der Bibliothek entleihen kann.

Es ist nicht zu bezweifeln, daß die Betriebsformen des Buchhandels miteinander im Wettbewerb stehen, sich aber andererseits in der Verfolgung der buchhändlerischen Verpflichtungen der Gesellschaft gegenüber unterstützen und ergänzen.

Nicht weniger Wirkung und Einfluß auf Preisbildung und vertikale Preisbindung als der Wettbewerb der Betriebsformen hat der Erfolg der *Taschenbuchausgaben*. Die Ausbreitung, die das Taschenbuch und neuerdings die ‚paper-backs‘ gefunden haben, ist grundsätzlich positiv zu beurteilen. Vor allem der Sortiments- und der Bahnhofsbuchhandel erkannten frühzeitig, welche Kraft dem pocket-book amerikanischer und englischer Prägung innewohnt. So wurden nicht nur neue Käuferkreise erschlossen, sondern infolge des Ausbaus neuartiger Vertriebsmethoden (z. B. der Selbstbedienungs-Taschenbuchladen) wurde auch eine Entwicklung der buchhändlerischen Anpassung an Strukturverschiebungen und -veränderungen vorangetrieben, deren Ende noch nicht abzusehen ist.

Wenn auch die Taschenbuchindustrie mit imponierenden Zahlen einer Serienproduktion aufwarten kann — in den Jahren 1950 bis 1960 erschienen weit über 100 Millionen Exemplare — und der markenartikelähnliche Charakter nicht anzuzweifeln ist, kann der allgemeinen Ansicht, daß die wirtschaftlichen Momente den Erfolg der Taschenbücher bewirkten, nicht zugestimmt werden. Der niedrige Preis, der auf Grund der hohen Auflagenzahlen — es wird mit Mindestauflagen von 30 000 bis 50 000 Exemplaren gerechnet<sup>110)</sup> — erzielt wird, hat zwar den Absatzerfolg mit bewirkt, jedoch in besonderem Maße erst auf Grund des einzelnen Titels. Daß auch bei dem Absatz der in Massenscheidende Rolle spielt, zeigt, neben dem Erfolg der wissenschaftlichen Taschenbuchreihen<sup>111)</sup> und dem verhältnismäßig anspruchsvollen Niveau, die Tatsache, daß im allgemeinen nur Bücher schon bekannter Autoren in das Verlagsprogramm der Taschenbuchverleger aufgenommen werden.

<sup>110)</sup> Vgl. Göpfert, H. G. Bemerkungen zum Taschenbuch, in: Der Deutsche Buchhandel in unserer Zeit, a.a.O., S. 104. Vgl. auch: littera, Informationen aus Publizistik und Buchhandel, Bielefeld 1962, Heft 2, S. 22.

<sup>111)</sup> Hatten im Jahre 1950 die Bücher der Unterhaltungsliteratur noch einen Anteil von 94,4 v. H. der gesamten Taschenbuchproduktion, so betrug der Anteil der

Ein weiterer Gesichtspunkt, der der Entwicklung des Taschenbuchs in seinen verschiedenen Erscheinungsformen diene, ist der Wunsch weitester Bevölkerungskreise, an den Erkenntnissen aller Wissenschaftsgebiete und Lebensbereiche teilzunehmen.

So wie der Kommerzialisierung einerseits infolge möglicher Popularisierung und Konsensierung anspruchsvoller und wertvoller Literatur von Verlag und Buchhandel entgegengetreten werden muß, soll andererseits dem Leser die Möglichkeit gegeben werden, daß er neben Ramschmarkt und Buchgemeinschaft ohne große Geldausgaben in den Besitz guter Lektüre gelangen kann.

Seine wirtschaftliche Funktionsfähigkeit stellt der Sortimentsbuchhandel unter Beweis, indem er sich der Preiskonkurrenz von Ramschmarkt, Taschenbuchausgaben und Buchgemeinschaften aussetzt und darüber hinaus in eine — wohl in keinem anderen Wirtschaftsbereich so intensive — Dienstleistungskonkurrenz mit der eigenen wie mit allen anderen Betriebsformen tritt. Der Wettbewerb der Dienstleistungen im Buchhandel erstreckt sich u. a. auf die Tiefe und Breite des Sortiments, die Schnelligkeit der Beschaffung und Auslieferung der Bücher, die Güte der fachlichen Beratung, die Fähigkeit, Literaturnachweise und Literaturzusammenstellungen zu erbringen, den Ansichtsversand, die Kreditgewährung sowie die Buchwerbung<sup>112)</sup>. Die Möglichkeit des Buchhändlers also, zeitliche, räumliche oder persönliche Präferenzen zu schaffen<sup>113)</sup>, zwingt zu einer heterogenen Konkurrenz, von der Chamberlin sagt, "that the welfare ideal itself involves a blend of monopoly and competition . . ."<sup>114)</sup>.

Der heterogene Wettbewerb, der praktisch erst durch die vertikale Preisbindung ermöglicht wird, da der feste Ladenpreis ja nicht eingeführt wurde, um das Entstehen neuer Vertriebswege und -methoden zu verhindern, sondern vielmehr um einen ruinösen Preiskampf („Nur-Preiswettbewerb“) zu vermeiden, hat sich im Buchhandel über eine Zeitspanne von  $\frac{3}{4}$  Jahrhundert bewährt. Auf Grund dieser Faktoren und der polypolistischen Angebotsstruktur des Verlagswesens und des Buchhandels sowie infolge der heterogenen Wettbewerbs-

---

wissenschaftlichen Bücher 1957 schon 54,4 v. H. der Produktion. Vgl. Göpfert, H. G., a.a.O., S. 105.

<sup>112)</sup> Vgl. Almanach des Verlags Georg D. W. Callwey, a.a.O., S. 9.

<sup>113)</sup> Die anderen beiden Forderungen an einen „vollkommenen Markt“, auf dem das "law of indifference" von Jevons zur Wirkung kommt, sind das Fehlen preislicher und sachlicher Präferenzen. In dem Maße, in dem eine oder mehrere dieser fünf Bedingungen des „vollkommenen Marktes“ nicht mehr erfüllt werden, nähert man sich Marktsituationen, wie sie für die wirtschaftliche Wirklichkeit kennzeichnend sind. Vgl. Steinbrück, K., Vom unvollkommenen Markt zur heterogenen Konkurrenz, Mainz 1954, Haußner, O., Der heterogene Wettbewerb, Mannheim 1953.

<sup>114)</sup> Chamberlain, E. H., Towards a More General Theory of Value, New York 1957, S. 93 und S. 99.

elemente auf dem Büchermarkt lassen sich die Bedeutung und Notwendigkeit der Erhaltung des selbständigen Buchhandels nicht nur aus soziologischen und ableiten. Es ist nicht zu bezweifeln, daß bei einem Preiswettbewerb im Buchhandel — wie er den Theoretikern, die die vertikale Preisbindung ablehnen, vorschwebt — nicht nur die Grenzbetriebe<sup>115)</sup>, sondern auch solche Buchhandlungen vom Markt verdrängt würden, die notwendig sind, damit die Zahl der Marktteilnehmer so groß bleibt, daß die Aufteilung des Marktumsatzes auf die einzelnen Buchhandlungen ein stabiles Gleichgewicht gewährleistet, daß also die Umsätze der einzelnen Buchhändler, so verschieden hoch sie im einzelnen sein mögen, eine „quantité négligeable“ im Verhältnis zum gesamten Buchumsatz bleiben.

Bei allen Überlegungen, die angestellt werden, um die vertikale Preisbindung für Verlagserzeugnisse aufzuheben, ist zu berücksichtigen, daß der feste Ladenpreis in erster Linie die Erhaltung eines qualifizierten und weitverzweigten Sortimentsbuchhandels gewährleisten soll. Es muß darauf hingewiesen werden, daß der deutsche Buchhandel auf der Basis der vertikalen Preisbindung dem wirtschaftlichen Fortschritt<sup>116)</sup> sowie den kulturellen Verpflichtungen<sup>117)</sup> stets in weitem Maße Rechnung getragen hat.

<sup>115)</sup> Als Grenzbetriebe werden die Betriebe bezeichnet, bei denen der Preis unter das Stückkostenminimum sinkt, die Grenzkosten also den Durchschnittskosten und dem Preis gleich sind. Vgl. Gutenberg, E., Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, Bd. II, a.a.O., S. 195 ff.

<sup>116)</sup> Mit der Möglichkeit auf einige Beispiele der Rationalisierung im Buchhandel hinweisen zu können, wird es schwerfallen, der vertikalen Preisbindung im Buchhandel volkswirtschaftliche Nachteile nachzuweisen. Hier ist vor allem auf die Buchhändler-Abrechnungsgesellschaft hinzuweisen, die der Rationalisierung im Zahlungsverkehr dient. Die Teilnehmerzahl hat sich von 1954 bis 1962 verdoppelt, und zwar 1248 Sortimenten und 718 Verleger. Die Umsatzzahlen haben sich während des gleichen Zeitraums verachtacht und betrugen 1962 über 35 Mio. Vgl. Köth, Arno, Wie rechnet der Buchhändler?, Köln 1962, S. 57 ff.; Buch und Buchhandel in Zahlen, a.a.O., S. 58. — Darüber hinaus ist die Gründung des Instituts für Buchmarktforschung am 1. Mai 1961 in Hamburg zu erwähnen. Dieses Institut soll zur Erforschung des Buchhandels und seiner Marktverhältnisse beitragen. Vgl. Hinz, Franz, Der Beitrag des Instituts für Buchmarktforschung zur Rationalisierung des Buchhandels, in: Bertelsmann Briefe, Heft 30, Gütersloh 1964, S. 1—4; Voßmann, Heinz, Kontenlose Buchhaltung: Ein Beitrag zur Kostensenkung, in: Bericht des Instituts für Buchmarkt-Forschung, Nr. 3, Hamburg 1962; Berg, W., Grundmann, H. und Pohlner, Fr., Kontenblattlose Buchhaltung in der buchhändlerischen Praxis, in: Berichte des Instituts für Buchmarkt-Forschung, Nr. 7, Hamburg 1963; Registrierkassen und Buchungsmaschinen als Hilfsmittel für die buchhändlerische Praxis, Sonderdruck aus dem Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel, Frankfurt 1963, Nr. 78, 27. September 1963.

<sup>117)</sup> Aus der Fülle der Beispiele seien nur die in ihrer Art bedeutendsten und solche genannt, von denen Unterlagen zu bekommen waren. Vgl. Elwert und Meurer,

Zusammenfassend läßt sich herausstellen, daß die vertikale Preisbindung für Verlagserzeugnisse in Deutschland gesetzlich geregelt und geschützt ist. Das weite Netz und die vielseitige Struktur des Buchhandels ermöglichen es, ein reichhaltiges Angebot in- und ausländischer Literatur — ein auch kulturpolitisch nicht hoch genug einzuschätzender Faktor — weitesten Käuferkreisen nahezubringen. Die Bedeutung des Buchhändlers hat, was die literarische Geschmacksbildung betrifft, in der modernen Konkurrenzwirtschaft eher zu- als abgenommen<sup>118)</sup>, eine Tatsache, die mithelfen könnte, nicht nur das Ansehen der deutschen Literatur im In- und Ausland zu fördern, sondern darüber hinaus die „Autorität des Buches“<sup>119)</sup> wieder zu stärken.

Auch in Zukunft wird in Deutschland die kulturelle Sonderstellung des Buchhandels und damit die vertikale Preisbindung mit ihrem wirtschaftlichen Ausnahmeharakter nicht gefährdet sein, wenn der Begründung des Gesetzesentwurfes zum XI. Umsatzsteuer-Änderungsgesetz gefolgt wird: „Bei Überlegungen kulturpolitischer Art, insbesondere bei allen Bemühungen, die Erziehung, zumal die gesellschaftliche, staatsbürgerliche und sittliche, zu fördern, spielt das gedruckte Wort und seine sinnvolle Verbreitung die entscheidende Rolle. Immer steht seine geistige und kulturelle Bedeutung im Vordergrund. Dadurch unterscheiden sich die materiellen Träger geistiger Güter grundsätzlich von anderen Waren. Es ist daher widerspruchsvoll, daß sie vom Staat ebenso behandelt werden wie beliebige andere Waren. Der Buchladen kann seiner Aufgabe, geistige Güter in Form des gedruckten Wortes im traditionellen Sinn seines Berufes und der ihm durch diesen auferlegten Verantwortung bis in die kleinste Gemeinde zu vermitteln, nur dann gerecht werden, wenn seine wirtschaftlichen Verhältnisse ihm die dazu erforderliche Bewegungsfreiheit lassen. Der Buchhändler muß in der Lage sein, ein vielseitiges Bücherlager zu unterhalten und die damit verbundenen großen Risiken zu tragen; er muß

---

10 Jahre Lese-Abende im Spiegel der Meinungen von Autor und Verlag, Berlin 1963. Baedeker Stiftung, Eine Stiftung für Kunst und Wissenschaft der Buchhandlung Baedeker in Essen. Vgl. Frankfurter Allgemeine Zeitung, Frankfurt 1963, 18. Oktober 1963. — Friedenpreis des Deutschen Buchhandels. — Deutscher Jugendbuchpreis. — Hier ist auf die literarische Erneuerung in Deutschland, den Einfluß der Buchausstellungen im Ausland und den der exportierten deutschen Bücher hinzuweisen. Vgl. Der stärkste Literaturaustausch, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung, Frankfurt, 6. August 1964. Buch und Buchhandel in Zahlen, a.a.O., S. 62.

<sup>118)</sup> Vgl. Schücking, L. L., Soziologie der literarischen Geschmacksbildung, Bern und München 1961, S. 102 f.

<sup>119)</sup> Rosenstock-Huessy, E., Die europäischen Revolutionen, Stuttgart und Köln 1951, S. 249.

qualifiziertes Personal beschäftigen und zudem Dienstleistungen weit über das sonst im Handel übliche Maß erbringen“<sup>120)</sup>).

Es ist nicht einzusehen, warum sich die Haltung der deutschen Regierung in ihrer grundlegenden Feststellung ändern sollte, vielmehr wird darin sogar die Begründung gegeben, daß die vertikale Preisbindung im Buchhandel selbst dann als volkswirtschaftliche Ausnahmeerscheinung genehmigt werden kann, wenn einmal die vertikale Preisbindung für Markenwaren aufgehoben werden sollte. Im Gegensatz gegen Wettbewerbsbeschränkungen ist ohnehin schon die Trennung von Markenartikeln und Verlagszeugnissen ausdrücklich vorgenommen worden. Die Verwissenschaftlichung in allen Lebensbereichen und die tiefgreifenden sozialen Strukturwandlungen bedeuten für den Buchhändler eine Ausweitung seines Auftrages, der er nur nachkommen kann, wenn die vertikale Preisbindung diesem qualifizierten Berufsstand weiterhin Sicherheit und Stabilität bietet.

#### *4. Zur Diskussion des festen Ladenpreises im Buchhandel der skandinavischen Länder*

Die nordischen Staaten verfügen alle — wenn in der Prägung und Auswirkung auch verschieden — über ein eigenes Wettbewerbsgesetz, das die jeweilige Zielsetzung der Wettbewerbspolitik erkennen läßt. Allen drei Ländern — Norwegen, Dänemark, Schweden — ist gemeinsam, daß sie die vertikale Preisbindung grundsätzlich nicht zulassen. In welchem Maße nun der wirtschaftlichen und kulturellen Sonderstellung des Buchhandels Rechnung getragen wird, soll im einzelnen untersucht werden.

In *Norwegen* sind restriktive Maßnahmen in ihrer Gesamtheit einer gewissen Aufsicht und der Kontrolle durch die Öffentlichkeit unterstellt<sup>121)</sup>. Am 1. Januar 1954 trat das Gesetz vom 26. Juni 1953 'to Control and Regulate Prices, Dividends and Competitive Conditions'<sup>122)</sup> in Kraft. In diesem Preisgesetz werden solche wirtschaftliche Maßnahmen mißbilligt, die dem öffentlichen Interesse entgegenstehen, da sie u. a. die Preisentwicklung verfälschen, einen mißbräuchlichen Wettbewerb zur Folge haben und Diskriminierungen jeglicher Art fördern können (Art. 1 Abs. 1, 2, 3). Mit dem am 1. Mai 1958 in

<sup>120)</sup> Begründung des Gesetzentwurfes zum XI. Umsatzsteuer-Änderungsgesetz vom 23. 8. 1961. Vgl. auch Froinman, E., Geschichte des Börsenvereins der deutschen Buchhändler, Leipzig 1875, S. 150.

<sup>121)</sup> Vgl. Eckhoff, Torstein, Norway, in: Anti-Trust Laws, London 1956, S. 281. Vgl. zur norwegischen Wirtschaftspolitik auch Blom, Knut, Prisloven med kommentarer, Oslo 1954; Eckhoff, Torstein und Gjelsvik, Oystein, Prisloven av 26. juni 1953, Oslo 1955; Frihagen, Arvid, Fra Prisrådets Praksis, Oslo 1960; Frihagen, Arvid, Prisrådets organisasjon og virksomhet, Oslo 1961; Frihagen Arvid, Utilbørlig konkurranse og konkurransebegrensning, in: Jussens, Venner, Oslo 1961.

<sup>122)</sup> Eckhoff, Torstein, Norway, a.a.O., S. 281. Im folgenden als Preisgesetz bezeichnet.

Kraft getretenen königlichen Erlaß vom 18. Oktober 1957 wird in Anwendung des Art. 24 des Preisgesetzes gem. Art. 2 (autonome Festsetzung von Preisen), Art. 3 (kollektive Preisbindung) und Art. 4 (Preisbindungen ausländischer Lieferer) die vertikale wie auch die horizontale Preisbindung, soweit keine Ausnahmen gem. Art. 9 gewährt werden, verboten<sup>123)</sup>.

Gem. Art. 9 kann die Preisdirektion (Prisdirektoratet) Ausnahmen gewähren, die im öffentlichen Interesse als wünschenswert erscheinen und auf Grund besonderer struktureller Eigenschaften begründet werden<sup>124)</sup>.

Seit 1. Januar 1961 ist nun ein weiterer königlicher Erlaß (vom 1. Juli 1960) in Kraft getreten, der in Anwendung der Art. 24 und 42 des Preisgesetzes unter anderem weitere Bestimmungen zum Verbot der gebundenen Preise enthält. Mit diesem Erlaß wird dem Buchhandel eine Ausnahmestellung eingeräumt, die infolge besonderer Umstände als ratsam erschien und mit dem öffentlichen Interesse zu vereinbaren ist.

Mit der Möglichkeit, den festen Ladenpreis zu bestimmen und eine Auswahl qualifizierter Buchhändler vorzunehmen<sup>125)</sup>, wurde der erste Schritt getan, um die Wettbewerbsfähigkeit des norwegischen Buchhandels wieder zu stärken, der seinerseits hofft, daß nun weitere Schritte getan werden, um den ungerechtfertigt harten Druck des Staates noch mehr zu lockern. Dies gilt in besonderem Maße für die Umsatzsteuer, das extrem hohe Buchporto und die Mißachtung des Wertes der nationalen und internationalen Literatur, die sich vor allem von öffentlicher Seite her in sachlicher Unkenntnis der norwegischen buchhändlerischen Tradition zeigt.

Mit der Wiederherstellung des Wettbewerbsprinzips auf der Basis der vertikalen Preisbindung für Verlagserzeugnisse und der Neuregelung der buchhändlerischen Verkaufsordnung werden dem norwegischen Buchhandel wieder Impulse zufließen, die dem buchhändlerischen Wirkungsgrad den Einfluß sichern, der nach Gründung des norwegischen Buchhändlerverbandes im Jahre 1851<sup>126)</sup> für dieses traditionelle Gewerbe charakteristisch war.

In Dänemark trat am 1. Juli 1955 das Gesetz über die Kontrolle von Monopolen und restriktiven Maßnahmen in Kraft. Monopolbildungen und restriktive Praktiken sind nach diesem Gesetz nicht per se untersagt, sondern unter-

---

<sup>123)</sup> Vgl. Munthe, Preben, Some Structural Changes in Norway's Economy Since The War, in: Wirtschaftssysteme des Westens, a.a.O., Bd. II, S. 131.

<sup>124)</sup> Vgl. Gammelgaard, Søren, Resale Price Maintenance, Paris 1958, S. 28. Aus einem Brief des 'Norske Bokhandlerforening' an den Verfasser.

<sup>125)</sup> Die Aufsichtsbehörde stimmte z.B. der Auffassung zu, daß die Verweigerung einer Lieferung des Verlegers an einen Händler dann gerechtfertigt erscheint, wenn letzterer nicht genügend qualifiziert sei. Vgl. Pristidende Nr. 10, Oslo 1954. Munthe, Preben, a.a.O., S. 130.

<sup>126)</sup> Vgl. Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel, 18. Jg./90, Frankfurt 1962, S. 1982; Taubert, S., Grundriß des Buchhandels in aller Welt, a.a.O., S. 209.

liegen der Aufsicht nur, um einen wirtschaftlichen Mißbrauch zu vermeiden (Art. 1). Dagegen sind Preisbindungen in jeder Form grundsätzlich verboten, soweit nicht Ausnahmen gewährt werden<sup>127)</sup>.

In Art. 10 des Monopolgesetzes wird ausdrücklich darauf hingewiesen, daß Vereinbarungen, Entscheidungen und Handelsabsprachen, die darauf abzielen, Preise festzusetzen und Minimalhandelsspannen durchzusetzen, verboten sind, soweit nicht von der Monopolaufsichtsbehörde eine Ausnahmegenehmigung auf Grund wichtiger, berechtigter Argumente erteilt wird.

Die ohnehin schon starke Stellung der Kartellbehörde (Monopoltilsynet) wurde durch den ministeriellen Erlaß vom 18. Juni 1955, der die Einzelheiten der Anmeldung und Registrierung von Absprachen bestimmt, und durch das Gesetz betreffend die Überwachung der Preise vom 25. Mai 1956, das die Möglichkeit einräumt, spezielle Untersuchungen über Preise und Handelsspannen durchzuführen, noch ausgebaut.

Obwohl die Preisbindungen, wie bereits erwähnt, nun dem allgemeinen Verbot unterliegen (Art. 10), da sie schon an sich nachteilige Wirkungen zur Folge haben können<sup>128)</sup>, werden sie im Gesetz geregelt. Die Kartellbehörde entscheidet dann im einzelnen, ob besonders wichtige Gegebenheiten die Preisbindung auf autonomer oder kollektiver Basis rechtfertigen.

Bisher sind 10 Ausnahmegenehmigungen erteilt worden, darunter auch eine für Bücher. Die Ausnahme wurde gewährt, weil man glaubt, daß die Preiskonkurrenz die Qualität der buchhändlerischen Dienstleistungen und das Niveau der Literatur beeinträchtigt.

Seit 1837 existiert der feste Ladenpreis im dänischen Buchhandel. So werden auch weiterhin wie früher, in Übereinstimmung mit den neuen Gesetzen Dänemarks, die Verkehrs- und Verkaufsbestimmungen und damit die Durchsetzung der vertikalen Preisbindung durch den „Boghandlerrådet“ gewährleistet.

Es ist interessant, in welch umfangreichem und wirkungsvollem Maß die vertikale Preisbindung und darüber hinaus weitere wirtschaftlich und buchhändlerisch notwendige Bestimmungen durchgesetzt werden können, obwohl im allgemeinen ein grundsätzliches Verbot für Preisbindungen besteht.

Da ist zunächst der Art. 6 der 'Delivery and Trade Regulations' zu erwähnen<sup>129)</sup>, in dem bestimmt wird, daß kein Verleger oder Buchhändler zum Wie-

<sup>127)</sup> Fog, Bjarke, The relevance of the competitive laissez-faire model to the danish economy, in: Wirtschaftssysteme des Westens, a.a.O., Bd. I, S. 50.

<sup>128)</sup> Vgl. dazu den Bericht der dänischen Monopolbehörde, Konkurrencebegrænsning og monopol, København 1953, S. 75—80.

<sup>129)</sup> Vgl. Delivery and Trade Regulations as agreed on between The Danish Publishers' Association The Danish Provincial Booksellers' Association The Copenhagen Booksellers' Association, Copenhagen 1960, S. 4. Im folgenden zitiert als Verkehrs- und Verkaufsordnung.

derverkauf Bücher an solche Personen in Dänemark liefern darf, die nicht Buchhändler sind. Damit soll ausdrücklich sichergestellt werden, daß Bücher nur von qualifizierten Buchhändlern verkauft werden. Ausgenommen von dieser Bestimmung sind solche Bucherzeugnisse, die in Art. 11 aufgeführt werden; die wichtigsten davon sind Bücher, die einen Verkaufspreis von 6 dkr. nicht überschreiten, Länder-, Stadt- und Reiseführer sowie Landkarten.

Der 'net price' ist der vom Verleger bestimmte feste Ladenpreis (Art. 15). Dieser gebundene und feste Verkaufspreis gilt für alle Buchverkäufe an das Publikum. Für ausländische Bücher und Zeitschriften wird der Preis vom Hauptagenten oder von der Alleinauslieferung bestimmt.

In Art. 16 wird nochmals darauf hingewiesen, daß es für ein Buch zu einer bestimmten Zeit nur e i n e n Verkaufspreis geben kann, es sei denn, ein unterschiedlicher Bucheinband berechtigt u. a. zu einer Preisänderung auf Grund einer Ausnahmegenehmigung des dänischen Verlegerverbandes oder des dänischen Buchhandelsrates.

Art. 18 regelt die Folgen von Preisänderungen. Grundsätzlich kann der Preis innerhalb der ersten fünf Jahre nach Erscheinen des Buches nicht geändert werden, nach dieser Zeit unterliegt die Preisbestimmung und Preiseinhaltung nicht mehr den Vorschriften der dänischen Verkehrs- und Verkaufsordnung.

Schon gem. Art. 15 (net price) ist das Gewähren von Rabatten jeder Höhe und jeder Art untersagt (Art. 19). Diese Regelung gilt nicht nur für den einzelnen Leser, sondern ebenso für Schulen, Bibliotheken sowie städtische und andere öffentliche Stellen. Allerdings kann der 'Boghandlerrådet'<sup>130)</sup> Ausnahmen gewähren<sup>131)</sup>.

Neben den Bestimmungen zur vertikalen Preisbindung ist noch auf den wirtschaftlich — für die Durchsetzung des festen Ladenpreises — nicht unbedeutenden Tatbestand des geschlossenen Marktes hinzuweisen. Als Buchhändler kann nur derjenige zugelassen werden, der die dänische Staatsangehörigkeit besitzt<sup>132)</sup>, die notwendigen Bedingungen erfüllt, um eine Handelslizenz zu erwerben, und den erforderlichen Fleiß und die berufsmäßige Ausbildung be-

---

<sup>130)</sup> Vgl. zu den Aufgaben des 'Council of the Book Trade' die Delivery and Trade Regulations, a.a.O., S. 37—45.

<sup>131)</sup> Die Ausnahmen, die von Art. 19 vom Buchhändlererrat gewährt werden können, werden in der Verkehrs- und Verkaufsordnung auf den Seiten 32 bis 36 im einzelnen aufgeführt. Dabei ist darauf hinzuweisen, daß die Ausführungen — gemäß dem Beschluß der Monopolbehörde vom 6. Juni 1956 — nur als Richtlinien gelten.

<sup>132)</sup> Eine Tatsache, die einmal den nordischen Integrationsbestrebungen und zum anderen den zukünftigen wirtschaftlichen Verflechtungen auf europäischer Ebene entgegensteht.

sitzt<sup>133)</sup>. In den folgenden Bestimmungen, betreffend die Zulassung als Buchhändler, wird im einzelnen ausgeführt, daß der Antragsteller im Buchhandel seine Lehre absolviert und mindestens 6 Jahre als "Gyldendalbookseller" gearbeitet haben muß (Art. 8 Abs. 1, 2). Die Zulassung als Buchhändler wird darüber hinaus sogar vom wirtschaftlichen Standpunkt kontrolliert, indem in Art. 6 genau vorgeschrieben ist, welcher Umsatz bei einer bestimmten Einwohnerzahl erzielt werden muß, damit sich die Führung einer Buchhandlung lohnt. In Verbindung mit noch weiteren ausführlichen Bestimmungen wird im dänischen Buchhandel eine Marktbegrenzung vorgenommen, die die Durchsetzung des vertikal gebundenen Buchpreises erleichtert.

Eine buchhändlerische Einrichtung, die sich bei der Verfolgung der wirtschaftlichen Zielsetzung bewährt hat, stellt die „Danske Boghandlers Kommissionsanstalt“<sup>134)</sup> dar, die Verbindung einer Art Buchhändlerabrechnungsgesellschaft mit einem Barsortiment, über die fast alle Bestellungen und Lieferungen des dänischen Buchhandels<sup>135)</sup> erfolgen. In den Schaubildern auf der folgenden Seite wird deutlich, welche Rationalisierung mit der Gründung dieses Abrechnungs- und Auslieferungszentrums für den dänischen Buchhandel geschaffen wurde.

Die Verlegervereinigung, gegründet im Jahre 1937, und der Buchhändlerverband der Provinzsortimente, gegründet im Jahre 1891, sowie der Buchhändlerverein von Kopenhagen, dessen Gründung 1895 erfolgte, haben eine außergewöhnlich starke rechtliche wie wirtschaftliche Stellung inne, die die erfolgreiche buchhändlerische und verlegerische Entwicklung sowie den heutigen Stand der Verbreitung der Literatur in weitgehendem Maße mitbestimmen.

Es ist besonders herauszustellen, daß in Dänemark der vertikalen Preisbindung im Buchhandel eine Ausnahmestellung gewährt wird und darüber hinaus — entgegen der marktwirtschaftlichen Konzeption Dänemarks — auf dem Büchermarkt äußerst restriktive Maßnahmen zugelassen sind, die die Wirksamkeit der vertikalen Preisbindung sichern und die Stellung der dänischen Buchhändler- und Verlegervereinigung festigen.

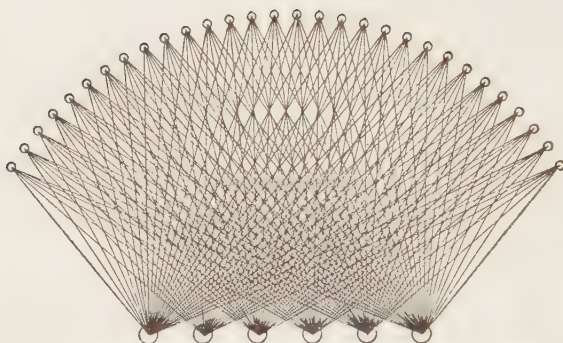
Der Buchhandel Schwedens ist nicht nur deshalb interessant, weil es sich um den bedeutendsten Büchermarkt Skandinaviens handelt, sondern auch, da in Schweden die umfangreichsten wissenschaftlichen Untersuchungen über die vertikale Preisbindung bei Büchern angestellt worden sind.

---

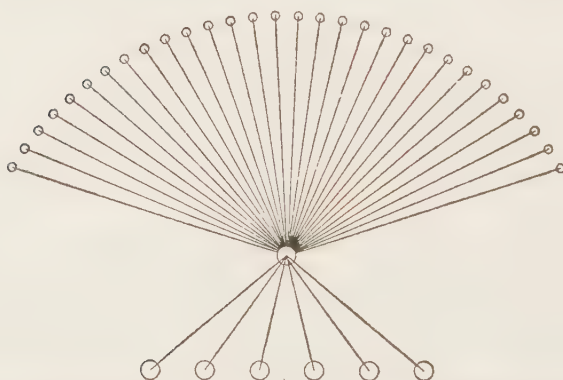
<sup>133)</sup> Vgl. Regulations of the Danish Publishers' Association concerning the admission of booksellers, in: Delivery and Trade Regulations, a.a.O., S. 46.

<sup>134)</sup> Vgl. The Danish Booksellers' Clearing and Distributing Centre, in: The Book Trade in Denmark, Copenhagen 1953, S. 21—25. Taubert, Siegfried, Grundriß des Buchhandels in aller Welt, a.a.O., S. 77.

<sup>135)</sup> Vgl. The Danish Booksellers' Clearing and Distributing Centre, a.a.O., S. 25.



*The lines above indicate the many business transactions between thirty bookshops and six publishing houses.*



*Here are shown the same connections made through a distributing centre.*

Mit dem Gesetz vom 25. September 1953 über die Verhinderung gewisser Fälle von Wettbewerbsbeschränkung im Erwerbsleben<sup>136)</sup>, das am 1. Juli 1954

<sup>136)</sup> Vgl. Trolle, Ulf af, Studier i konkurrensfilosofi och konkurrenslagstiftning, Göteborg 1963, S. 54; Bernitz, Ulf, Swedish Anti-Trust Law and Resale Price Maintenance, Stockholm 1964, S. 11; Bolon, Bertil, Sweden, in: Anti-Trust Laws, a.a.O., S. 320; Hegeland, Hugo, The Structure and Functioning of Sweden's Economy, in: Wirtschaftssysteme des Westens, Bd. I, a.a.O., S. 224. Im folgenden als Anti-Trust oder Wettbewerbsgesetz bezeichnet.

in Kraft trat, und der erweiterten Fassung vom 1. Juni 1956 als ‚Gesetz betreffend die Verpflichtung, über Preisbedingungen und Wettbewerbslage zu unterrichten‘<sup>137)</sup>, womit das Gesetz von 1946 ‚Supervision on Restrictive Business Practices‘<sup>138)</sup> außer Kraft gesetzt wurde, erhielt die schwedische Wirtschaft die grundlegenden Gesetze zum Wettbewerb, die die heutige Rechtsgrundlage darstellen.

Das Ziel der wettbewerbslichen Regelung ist die Sicherung und Erhaltung des Wettbewerbs, indem vor allem solche restriktive Maßnahmen bekämpft werden, die dem öffentlichen Interesse schaden. Drei Prinzipien kennzeichnen das gültige Wettbewerbsrecht. Mit dem Grundsatz der ‚rule of reason‘, der aus der amerikanischen anti-trust Rechtsprechung bekannt ist, wird die Absicht verfolgt, wirtschaftliche Absprachen oder Maßnahmen nur dann zu mißbilligen, wenn sie nicht nur wirtschaftlich unvernünftig, sondern auch mit dem öffentlichen Interesse unvereinbar sind. Diesem Grundsatz, von Fall zu Fall Entscheidungen zu treffen, steht das Verhandlungsprinzip nahe, das sich der ‚Freedom of Commerce Board‘<sup>139)</sup> zu eigen gemacht hat, um gegensätzliche Meinungen mit Handel und Industrie auf der Basis von Verhandlungen beizulegen.

Das dritte Kriterium des Wettbewerbsgesetzes beruht auf dem Publizitätsprinzip, das in Verbindung mit dem Informationsbetrieb die Eintragung aller wirtschaftlichen Vereinbarungen sowie die Registrierung von Preis- und sonstigen wirtschaftlichen Veränderungen in das Kartellregister bei der Preis- und Kartellbehörde (Preis- und Kartellfrägor)<sup>140)</sup> fordert. Die von der Kartellbehörde angeforderten Unterlagen und Untersuchungen werden auch dann in das Register eingetragen, wenn die beanstandeten restriktiven Praktiken mit dem öffentlichen Interesse zu vereinbaren sind.

Um der Forderung, den wirtschaftlichen Wettbewerb in dem Maße zu fördern, wie es im öffentlichen Interesse wünschenswert erscheint, gerecht zu werden, sind bestimmte Erscheinungsformen der Wettbewerbsbehinderung ver-

---

<sup>137)</sup> Vgl. Bernitz, Ulf, *Swedish Anti-Trust Law ...*, a.a.O., S. 11. Im Anschluß an Bernitz soll dieses Gesetz ‚Concerning the Obligation to Submit Informations as to Conditions of Price and Competition‘ als Informationsgesetz bezeichnet werden.

<sup>138)</sup> Vgl. Hegeland, Hugo, a.a.O., S. 223.

<sup>139)</sup> Vor dem ‚Freedom of Commerce Board‘ (Rat für Erwerbsfreiheit), dem schwedischen Kartellgericht, leitet der ‚Commissioner‘ gerichtliche Verfahren dann ein, wenn er schädliche Wirtschaftspraktiken in ihrer Wirkung nicht mit anderen Mitteln verhindern kann. Vgl. Bernitz, Ulf, *Swedish Anti-Trust Law ...*, a.a.O., S. 15.

<sup>140)</sup> Die Preis- und Kartellbehörde kann nur Untersuchungen anstellen, nicht aber gegen restriktive Wirtschaftspraktiken vorgehen. Vgl. Bernitz, Ulf, *Swedish Anti-Trust Law ...*, a.a.O., S. 15.

boten (Art. 1)<sup>141)</sup>. Wenn nicht anders vorgesehen, kann ein Unternehmen nicht ohne Erlaubnis des Freedom of Commerce Board von einem Wiederverkäufer verlangen, daß er einen festen Preis einhält (Art. 2).

Mit Art. 1 und 2 werden vertikale Preisbindungen grundsätzlich untersagt, da sie mit dem öffentlichen Interesse unvereinbar sind. Wenn nicht vom Gesetz anders vorgesehen, bedeutet die Verletzung des Verbots der vertikalen Preisbindung einen strafrechtlichen Tatbestand (Art. 29 des Wettbewerbsgesetzes vom 25. September 1953). Die Möglichkeit, gem. Art. 4 des Wettbewerbsgesetzes Ausnahmen von dem Verbot der vertikalen Preisbindung zu gewähren, wurde in erster Linie im Hinblick auf den Buchhandel geschaffen<sup>142)</sup>. Eine Erlaubnis wird nur dann erteilt, wenn durch die Wettbewerbsbeschränkung

1. Kostenersparnisse erzielt werden, die sich im wesentlichen zum Vorteil der Konsumenten auswirken,
2. eine vom allgemeinen Gesichtspunkt wirkungsvolle Ordnung gewährleistet wird,
3. andere besondere Gründe gegeben sind<sup>143)</sup>.

Von den bisher gewährten wenigen Ausnahmen ist die für den Buchhandel auf Zeit erteilte Erlaubnis<sup>144)</sup> die wichtigste. Bei der Beurteilung der Wirkungen der vertikalen Preisbindung im Buchhandel wurde davon ausgegangen, daß der feste Ladenpreis im allgemeinen in Europa das wesentliche Prinzip der bestehenden buchhändlerischen Struktur ist. Hinzu kommt bei der Betrachtung des Büchermarktes die Tatsache, daß der Buchhandel auf der Basis eines Kommissionssystems organisiert ist. „Es gibt drei Arten von Kommissionären, die A-Kommissionäre, die B-Kommissionäre und die ländlichen Buchhändler. Die eigentlichen Buchhändler, die A-Kommissionäre, haben Anspruch auf ein vollständiges Sortiment der Verlagsbücher und sind verpflichtet, alle Neuerscheinungen des Verlages anzunehmen“<sup>145)</sup>.

<sup>141)</sup> Vgl. zu dem Text der schwedischen Gesetze zum Wettbewerb Bernitz, Ulf, *Swedish Anti-Trust Law* . . . , a.a.O., S. 47–54; Svenska Handelsbanken, Stockholm 1961, S. 57–69.

<sup>142)</sup> Vgl. Trolle, Ulf af, *Studier i konkurrensfilosofi och konkurrenslagstiftning*, Göteborg 1963, dessen Kapitel „Über das Bruttopreissystem bei Büchern“ S. 64–95 vom Institut für Buchmarktforschung übersetzt und zur Verfügung gestellt wurde. Die angegebenen Seitenzahlen beziehen sich auf den deutschen Text, S. 2.

<sup>143)</sup> Vgl. Bernitz, Ulf, *Swedish Anti-Trust Law* . . . , a.a.O., S. 29.

<sup>144)</sup> Die Dispens zur Genehmigung der vertikalen Preisbindung für Bücher wurde bis zum 1. Januar 1964 erteilt. Aus einem Brief des Svenska Bokförläggareföreningen an den Verfasser.

<sup>145)</sup> Trolle, Ulf, af, a.a.O., deutscher Text, S. 4. Vgl. auch Erhorn, Hans, *Wirtschaft und Wettbewerbsrecht in Schweden*, Karlsruhe 1963, S. 106; Findings of the Freedom of Commerce Board in the case of the request from the Swedish

Mit diesem System und den abgesprochenen Geschäftsregeln für den Buchhandel wurden Wettbewerbsbeschränkungen hervorgerufen, die vor allem die Festsetzung des Ladenpreises und die Kontrolle der Zahl (geschlossener Markt) sowie die qualifizierte Auslese (Fähigkeitsnachweis) der Buchhandlungen betreffen.

Diesen wettbewerbsbeschränkenden Maßnahmen im schwedischen Buchhandel steht eine Reihe von Faktoren gegenüber, die eine Ausnahmestellung nicht ohne weiteres rechtfertigen, weil sie nicht einzigartig sind, dem Prinzip der festen und gebundenen Preise widersprechen (z. B. Rabatte an Bibliotheken und öffentliche Stellen) und vor allem den freien Zugang zum Markt verhindern.

Während nun die allgemeinen wirtschaftlichen Strukturmerkmale auf dem schwedischen Büchermarkt keine Aufhebung des festen Ladenpreises notwendig erscheinen lassen, kann festgestellt werden, daß sich die negativen Wirkungen nicht durch die vertikale Preisbindung, sondern ausnahmslos aus der Schließung des Marktes ergeben, d. h. weil der Konkurs als Kraft des Wettbewerbs seine Wirkung verloren hat.

Die äußerst nuancierten wissenschaftlich begründeten Untersuchungen Trolles zur vertikalen Preisbindung in Schweden sollen in ihrem Ergebnis kurz wiedergegeben werden<sup>146)</sup>, wobei auf die eingewandten Bedenken des Wissenschaftlers, die sich einmal aus der Unsicherheit der Beurteilungskriterien und zum anderen aus der notwendig subjektiven Auffassung ergeben, ausdrücklich hingewiesen werden soll.

Zuerst muß allerdings noch Erwähnung finden, daß Trolle nicht zugestimmt werden kann, wenn er die Begrenzung des Titelangebots als kulturell unerheblich bezeichnet<sup>147)</sup>. Die Tatsache, daß ein Buch — infolge der Aufhebung der vertikalen Preisbindung — nicht erschienen ist, kann als Verlust betrachtet werden.

---

Publishers' Association for exemption from the application of the ban on fixed gross prices in the book trade. Stockholm 1958, S. 3. Der Bericht wird im folgenden als 'Findings of the Freedom of Commerce Board' bezeichnet.

<sup>146)</sup> Zu beachten ist, daß die wesentlichsten Argumente bei der Darstellung der vertikalen Preisbindung für Verlagserzeugnisse in den einzelnen Ländern schon herausgearbeitet wurden, hier einzelne Begründungen aber Erwähnung finden sollen, da sie in dieser schematischen Zusammenfassung einen besseren Überblick gewährleisten.

<sup>147)</sup> Vgl. Trolle, Ulf af, a.a.O., deutscher Text, S. 8.

Trolle untersucht, ob die allgemeinen positiven Wirkungen des Bruttopreissystems für den Buchhandel bedeutsam genug erscheinen, um sie bei der Beurteilung der vertikalen Preisbindung für Bücher zu berücksichtigen, nämlich:

„1. ...

2. Die Eigenschaft des Bruttopreissystems, die Kalkulation innerhalb des Verteilungsapparates zu erleichtern.
3. Die Eigenschaft des Bruttopreissystems, Garantie für eine gewisse Qualität des Kundendienstes zu geben.
4. Die Eigenschaft des Bruttopreissystems, nicht nur als Kontrolle des Preisminimums, sondern auch des Preismaximums zu dienen“ <sup>148)</sup>.

Die erwähnten Eigenschaften der vertikalen Preisbindung treffen auf das System des festen Ladenpreises für Bücher zu, wobei das Kommissionssystem in Verbindung mit dem Bruttopreissystem und besonders die preisregulierende Wirkung und damit der Druck zur Rationalisierung für den Buchhandel typisch sind <sup>149)</sup>.

Bei den Auswirkungen, die als ‚allgemein ökonomisch schädlich‘ gelten, sind zu nennen:

- „1. Ganz allgemein führt das Bruttosystem es mit sich, daß der Verbraucher weniger Wahlmöglichkeiten im Hinblick auf die Kombination des Service und des Preises hat.
2. Ganz allgemein führt das Bruttosystem es mit sich, daß die Produzenten veranlaßt werden, durch Rabatte miteinander zu konkurrieren, was wiederum schädliche Auswirkungen auf die Struktur der Distribution hat.
3. Das Bruttopreissystem führt das Risiko einer falschen Wahl der Distributionsmöglichkeit von seiten des Produzenten mit sich.
4. Das Bruttopreissystem verhindert oder erschwert die Anwendung einer Preisdifferenzierung im Verhältnis zu dem Konsumenten als ein Mittel, die Distribution zu rationalisieren. ...

In allen vier Fällen kann festgestellt werden, daß die Verhältnisse innerhalb der Buchverteilung anders sind“ <sup>150)</sup>.

Die Wahlmöglichkeiten des Lesers werden dadurch erweitert, daß er sich die Bücher in Antiquariaten und Bibliotheken besorgen kann.

Eine Rabattkonkurrenz innerhalb des Buchhandels kommt deshalb nicht zur Wirkung, weil die Rabatte durch Übereinkunft zwischen den Verlagen geregelt sind. Eine Preisdifferenzierung ist im Buchhandel infolge der vertikalen Preisbindung tatsächlich nicht gegeben. Doch muß beachtet werden, daß die Preiselastizität der Buchnachfrage so beschaffen ist, daß zum Beispiel durch

---

<sup>148)</sup> Trolle, Ulf af, a.a.O., deutscher Text, S. 13.

<sup>149)</sup> Trolle, Ulf af, a.a.O., deutscher Text, S. 13–16.

<sup>150)</sup> Trolle, Ulf af, a.a.O., deutscher Text, S. 16/17.

Mengenrabatte keine Rationalisierungseffekte erzielt werden können. Trolle weist in diesem Zusammenhang auf den entscheidenden Unterschied z. B. zur Lebensmittelbranche hin, „wo der Verbraucher die Möglichkeit hat, den gesamten Einkauf zu bestimmten Zeitpunkten zu betätigen und größere Mengen auf einmal kaufen kann und auf diese Weise die Distribution verbilligen kann“ <sup>151</sup>).

Ob Rationalisierungsgewinne sich für den Leser in einem niedrigeren Buchpreis oder einem verbesserten Service auswirken sollen, ist im Hinblick auf die kulturpolitischen Momente nicht objektiv feststellbar und bleibt eine Ermessensfrage.

Aus den Untersuchungen Trolles geht deutlich hervor, „daß gewisse Nachteile, denen großes Gewicht in der allgemeinen Analyse beigemessen wurde, von weitaus geringerer Bedeutung innerhalb der Buchverteilung sind, . . .“ <sup>152</sup>).

Weiter ist mit Trolle übereinzustimmen, daß der Entwicklung der Selbstbedienungsläden eine wichtige Bedeutung in bezug auf die Preisdifferenzierung im besonderen und in Hinblick auf den gesamten Buchhandel im allgemeinen beizumessen ist.

Abgesehen von gewissen Einwendungen, die sich speziell auf Schweden beziehen, z. B. die Dispens für Bücher von 4 auf 8 Jahre zu erhöhen, und solche, die allgemeine Gültigkeit besitzen, wie z. B. die Rationalisierung im Rahmen des Bruttopreissystems zu erhöhen, wird die vertikale Preisbindung im schwedischen Buchhandel nicht nur gesetzlich als Sonderregelung anerkannt<sup>153</sup>), sondern darüber hinaus mit wirtschaftstheoretischen Überlegungen und empirischen Analysen begründet.

---

<sup>151</sup>) Trolle, Ulf af, a.a.O., deutscher Text, S. 17.

<sup>152</sup>) Trolle, Ulf af, deutscher Text, S. 20. Vgl. auch die Begründung des Freedom of Commerce Board zur Genehmigung der vertikalen Preisbindung für Bücher, in: Findings of the Freedom of Commerce Board, a.a.O., S. 1—19.

<sup>153</sup>) "The three restrictive practices applied in the book trade — fixed gross perices, sole rights for bookshops and the control of new bookshops — have all been defended . . ." Findings of the Freedom of Commerce Board, a.a.O., S. 12, vgl. insbesondere S. 18. Vgl. auch Näringsfrihetsrådets beslut rörande vissa ytterligare villkor för meddelad dispens från bruttoprisförbudet med avseende å handeln med böcker; Stockholm 1958. — Hier sind noch zwei Stimmen zu erwähnen, die die Ausnahme-genehmigung für die vertikale Preisbindung im Buchhandel befürworten, obwohl sie nicht zu den Interessenvertretern der wirtschaftlich gebundenen Handelsstufe zu rechnen sind. Vgl. 'Authors are in favour of the fixed retail price' und 'What do the libraries say?', in: Der feste Ladenpreis des Buches, a.a.O., S. 63—66.

#### IV. Länder, in denen die Ausnahmestellung des Buchhandels umstritten nicht umstritten ist

Das natürliche Bestreben der verschiedensten Interessengruppen in einer demokratischen Wirtschaftsverfassung zielt darauf ab, Vergünstigungen zu erhalten, die anderen Wirtschaftszweigen nicht oder nicht ohne weiteres gewährt werden. Diese Bemühungen um wirtschaftliche Sonderstellungen finden dort ihre Grenze, wo die Durchführung der Wirtschaftspolitik in Frage gestellt wird. Dort allerdings, wo berechtigte Überlegungen im Einzelfall eine gesonderte Behandlung eines Wirtschaftszweiges fordern, sollte nicht versucht werden, eine Ausnahmestellung nur deshalb nicht zu gewähren, weil sie dem Modell der entsprechenden wirtschaftlichen Konzeption widerspricht. Gerade Österreich und die Schweiz bieten Beispiele dafür, wann im einzelnen und im allgemeinen Ausnahmestellungen gewährt werden können und wie sie sich in der Praxis bewähren, ohne daß die marktwirtschaftliche Zielsetzung in Frage gestellt werden muß.

##### 1. Der österreichische Buchhandel und das Kartellgesetz

Trotz der Vielfalt der wirtschaftspolitischen Auffassungen und Zielsetzungen wird die marktwirtschaftliche Konzeption im Sinne einer ‚sozialen Marktwirtschaft‘ in Österreich grundsätzlich bejaht<sup>1)</sup>. Die Wettbewerbspolitik wird im wesentlichen durch das österreichische Kartellgesetz von 1951 in der Fassung vom 30. Juni 1958 (3. Kartellgesetznovelle) geformt<sup>2)</sup>. In diesem Wettbewerbsgesetz kommen nicht nur wirtschaftliche Kriterien zur Anwendung, vielmehr wird auch dem öffentlichen Interesse und der österreichischen Volkswirtschaft als Ganzes Rechnung getragen<sup>3)</sup>.

Das Wettbewerbsgesetz folgt dem Mißbrauchsprinzip und definiert Kartelle in § 1 (1): „Kartelle im Sinne dieses Bundesgesetzes sind Zusammenschlüsse von wirtschaftlich selbständig bleibenden Unternehmen oder von Verbänden von Unternehmen, die durch vertragliche Bindungen (Kartellvereinbarungen) eine Regelung oder Beschränkung des Wettbewerbs, insbesondere in Ansehung der Erzeugung, des Absatzes oder der Preise, bewirken sollen . . .“<sup>4)</sup>. Zu die-

<sup>1)</sup> Vgl. Weber, Wilhelm, Die Österreichische Volkswirtschaft, in: Wirtschaftssysteme des Westens, Bd. I, a.a.O., S. 170/171.

<sup>2)</sup> Vgl. Bundesgesetzblatt Nr. 252/1956, Nr. 136/1958, Nr. 272/1959, Nr. 70/1960.

<sup>3)</sup> Vgl. dazu die Begründung zur Kartellgesetznovelle, Bericht des Justizausschusses über die 3. Kartellgesetznovelle; Stenographische Protokolle des Nationalrates der Republik Österreich, VIII. Gesetzgebungsperiode, Beilagen Bd. 5, Nr. 481, Wien 1958.

<sup>4)</sup> Kartellgesetz 1959, in: Amtliche Sammlung wiederverlautbarter Österreichischer Rechtsvorschriften, hrsg. vom Bundeskanzleramt, Wien 1959, S. 5 — S. 7.

schen Absprachen sind gem. § 33 die Preisbindungen zu rechnen: „Vereinbarungen (§ 1), die einen oder mehrere Angehörige einer oder aller nachfolgenden Wirtschaftsstufen an gleiche Verkaufspreise binden ...“<sup>5)</sup>).

Für Bücher wurde jedoch im Hinblick auf die international geltenden Usancen, die traditionelle Bewährung und die praktische Erfahrung in Art. 2 (2) Ziff. 3 eine Ausnahme geschaffen, die den festen Ladenpreis im Buchhandel als eine der wichtigsten Voraussetzungen für ein vielfältiges Literaturangebot zuläßt. Es heißt dort ausdrücklich: „... (2) Keine Anwendung finden die Bestimmungen dieses Bundesgesetzes ...

3. auf Vereinbarungen, betreffend die Bindung des Letztverkäufers im Buch-, Kunst-, Zeitschriften- oder Musikalienhandel an den vom Verleger festgesetzten Verkaufspreis“<sup>6)</sup>).

In der marktwirtschaftlichen Konzeption Österreichs wird also dem Buchhandel kraft Gesetzes eine Ausnahmestellung gewährt, die nicht zuletzt der starken Affinität des Buches zum Kulturleben gerecht wird.

Aus dem zitierten Gesetzestext geht schon hervor, daß andere Vereinbarungen als über die Bindung des Verkaufspreises im Buchhandel, z. B. Rabatte und Lieferungsbedingungen, dem Kartellgesetz unterliegen<sup>7)</sup>.

Die vertikale Preisbindung im Buchhandel erfordert auch nicht die Bewilligung und Eintragung in das Kartellregister. Als Folge der gesetzlich genehmigten Ausnahmestellung kann der österreichische Buchhändlerverband in Anwendung der Verkehrs-<sup>8)</sup> und Verkaufsordnung<sup>9)</sup> die vertikale Preisbindung für Verlagszeugnisse durchsetzen.

In § 4 (Ladenpreis) der Verkaufsordnung wird festgelegt: „Der Verleger bestimmt den Ladenpreis und die nach §§ 11 bis 12 der buchhändlerischen Verkaufsordnung zugelassenen Sonderpreise. ...“<sup>10)</sup>. Eine entsprechende Formulierung, um den gebundenen Ladenpreis einzuhalten, findet sich in § 5 der Verkaufsordnung. „Der Verleger bestimmt den Ladenpreis und den Nettopreis. Er ist berechtigt, für den Vertrieb eines Werkes an das Publikum neben dem Ladenpreis auch Sonderpreise gemäß §§ 11 bis 12 festzusetzen.

<sup>5)</sup> Kartellgesetz 1959, a.a.O., S. 24.

<sup>6)</sup> Kartellgesetz 1959, a.a.O., S. 5 — S. 7.

<sup>7)</sup> Vgl. Schönherr-Dittrich, Kartellgesetz, Wien 1958, S. 16/17; Engelich, R., Grundsätzliches zur Preisbindung der zweiten Hand, in: Österreichische Juristen-Zeitung, Wien 1963, 18. Jg., Heft 5, S. 120.

<sup>8)</sup> Die Verkehrsordnung, die den geschäftlichen Verkehr der Verleger und Buchhändler untereinander regelt (§ 1), ist in der Fassung von 1961 seit dem 24. November 1947 in Geltung.

<sup>9)</sup> Die Verkaufsordnung als Kodifizierung der Handelsbräuche zwischen Buchhändlern und Publikum gilt ebenfalls seit dem 24. November 1947.

<sup>10)</sup> Verkehrsordnung für den Buch-, Kunst-, Musikalien- und Zeitschriftenhandel in Österreich, Wien 1961, S. 4/5.

Als Ladenpreis gilt jeweils der neueste vom Verleger vorgeschriebene und ordnungsmäßig bekanntgegebene allgemein gültige Verkaufspreis. Dieser wird vom Verein geschützt. . . .“<sup>11)</sup>).

In Abs. 2 desselben Paragraphen wird weiter bestimmt, daß auch der Verleger den festgesetzten Ladenpreis einzuhalten hat. Damit wird unterbunden, daß Verlage direkt an Leser zu einem günstigeren Preis liefern, wie dies in den USA in erheblichem Umfang erfolgt. Interessant ist in diesem Zusammenhang noch die Vorschrift in § 8 der Verkaufsordnung, wonach der Buchhändler grundsätzlich dann einen Aufschlag vornehmen kann, wenn er mit einem geringeren Rabatt als 30% bzw. 25% rechnen muß.

Daraus ergibt sich, daß im österreichischen Buchhandel ein angemessener Durchschnittsrabatt die Erfüllung der buchhändlerischen Funktionen gewährleistet und daß es in keiner Weise zu überhöhten Spannen im Buchhandel kommt.

Im dritten Abschnitt der Verkaufsordnung wird dann ausdrücklich erwähnt, welche Werke nicht mehr den Bestimmungen der vertikalen Preisbindung unterliegen und für die Preiskonkurrenz frei werden.

Werden die festen Ladenpreise in irgendeiner Form unterboten — abgesehen von den Ausnahmebestimmungen der §§ 11 und 12 und der Tabellen zum Bibliotheksnachlaß —<sup>12)</sup>, so kann einmal der Verband die Einhaltung der gebundenen Ladenpreise durchsetzen, zum anderen können das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb vom 26. September 1923 und das Rabattgesetz vom 25. September 1933 angewendet werden.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, daß der Buchhandel in Österreich eine Sonderstellung innehat, die insbesondere für die Durchsetzung der vertikalen Preisbindung bedeutungsvoll ist. Der Verband der österreichischen Buchhändler wacht als Interessenverband seit 1859 darüber, daß die Verkehrs- und Verkaufsordnung und damit in erster Linie der gebundene Preis eingehalten werden<sup>13)</sup>. Nach der österreichischen Gewerbeordnung sind die Buchhandlungen konzessionspflichtig — inwieweit diese Tatsache den Wettbewerb zu beeinträchtigen vermochte, konnte nicht in Erfahrung gebracht werden. Es ist jedoch nicht daran zu zweifeln, daß die Konzessionspflicht in gesamtwirtschaftlicher Sicht negativ zu beurteilen ist.

Eine weitere Möglichkeit, gebundene und feste Ladenpreise durchzusetzen, bietet sich dem Verleger durch die Liefersperre an, wenn ein Buchhändler indi-

<sup>11)</sup> Verkaufsordnung für den Buch-, Kunst-, Musikalien- und Zeitschriftenhandel in Österreich, Wien 1947, S. 4.

<sup>12)</sup> Vgl. §§ 11 und 12 der Verkaufsordnung, a.a.O., S. 8—13, und Rundschreiben des Verbandes österreichischer Buchhändler betreffend Bibliotheksnachlaß, vom 18. Januar 1955, 1. März 1955 und 23. März 1955.

<sup>13)</sup> Vgl. Taubert, Siegfried, Grundriß des Buchhandels in aller Welt, a.a.O., S. 218.

viduelle Abmachungen oder die Bestimmungen der Verkehrs- und der Verkaufsordnung mißachten sollte. Mit Prachner ist übereinzustimmen, daß in Österreich — wie auch in anderen Ländern — „der feste Ladenpreis des Buches“ Voraussetzung für jedes gesunde und umfassende Sortimenternetz ist<sup>14)</sup>.

Die Ausnahmestellung des Buchhandels ändert nichts an der Tatsache, daß sich die österreichische Wirtschaftspolitik an den Prinzipien der gelenkten sozialen Marktwirtschaft orientiert und die Interessen der verschiedenen organisierten Gruppen auszugleichen sucht.

## 2. Der schweizerische Buchhandel in der marktwirtschaftlichen Konzeption des ‚Möglichen Wettbewerbs‘

Organisationen“ am 20. Dezember 1962, das auf Beschluß des Schweizer Bundesrates am 15. Februar 1964 in Kraft getreten ist, erhielt die schweizerische Wirtschaftspolitik eine marktwirtschaftliche Zielsetzung eigener Prägung, den ‚Möglichen Wettbewerb‘.

Mit der Idee des ‚Möglichen Wettbewerbs‘ geht man davon aus, daß eine marktgerechte Preisbildung nicht ausgeschlossen ist, solange die Substitutionskonkurrenz und der Wettbewerb innerhalb eines Wirtschaftszweiges *möglich* sind. Die Preisbildungskommission führt in ihrem Bericht ‚Kartelle und Wettbewerb in der Schweiz‘ aus: „Wird die Wettbewerbspolitik darauf ausgerichtet, den Wettbewerb wenigstens funktionsfähig zu erhalten, dann hat sie als konkretes Ziel eine Wettbewerbsordnung zu gewährleisten, die den freiwilligen, individuellen und kollektiven Verzicht auf Wettbewerb nicht ausschließt, jedoch jedermann die Möglichkeit offenläßt, Wettbewerb zu betreiben, das heißt sein Selbstinteresse am Markt im Rahmen der Rechtsordnung aufgrund von Leistung wahrzunehmen. Es handelt sich somit nicht um eine Ordnung absolut freien Wettbewerbs, sondern um eine solche des ‚Möglichen Wettbewerbs‘. Vom ‚Möglichen Wettbewerb‘ sprechen wir also dann, wenn erstens es dem Wirtschaftenden erlaubt ist, sich im Selbstverzicht auf bestimmte Wettbewerbsmöglichkeiten zu binden, und wenn zweitens grundsätzlich dafür gesorgt wird, daß es allen Wettbewerbswilligen möglich ist, sich aufgrund ihrer Leistung um die Wette zu bewerben, das heißt echten Wettbewerb zu betreiben“<sup>15)</sup>.

<sup>14)</sup> Anzeiger des Österreichischen Buch-, Kunst- und Musikalienhandels, Jg. 99, Heft 1, Wien 1964, S. 2.

<sup>15)</sup> Kartell und Wettbewerb in der Schweiz, Veröffentlichung der Preisbildungskommission des Eidgenössischen Volkswirtschaftsdepartements, Bern 1957, S. 250; vgl. auch Merz, Hans, Das Wettbewerbsrecht, in: Strukturwandlungen der schweizerischen Wirtschaft und Gesellschaft, Bern 1962, S. 367; Allemann, Hugo, Wettbewerbspolitik, in: Strukturwandlungen der schweizerischen Wirtschaft und Gesellschaft, a.a.O., S. 376.

Mit der Theorie vom ‚Möglichen Wettbewerb‘ wird einmal gewährleistet, daß persönliche Freiheitsrechte<sup>16)</sup> durch Kartelle und ähnliche Organisationen nicht beeinträchtigt werden, zum anderen die Auswüchse schwerwiegender wirtschaftlicher Mißbräuche bekämpft werden können, womit das Mißbrauchsprinzip — wenn auch in einer milden Form — zum grundlegenden Postulat des Wettbewerbsgesetzes erhoben wird. Das schweizerische Kartellgesetz enthält somit keine grundsätzlichen Verbote und gliedert sich in die Ausführungen zum allgemeinen Geltungsbereich (Art. 1–3), in zivilrechtliche und zivilprozessuale Vorschriften (Art. 4–16) sowie in den verwaltungsrechtlichen Teil (Art. 17–22). Der Geltungsbereich des Gesetzes wurde absichtlich sehr weit gefaßt<sup>17)</sup>, um der Wettbewerbspolitik einen angemessenen Spielraum zu lassen, so daß z. B. Empfehlungen der Kartellbehörde gem. Art. 19 dieses Bundesgesetzes für die staatliche Wirtschaftspolitik flexibler gehandhabt werden können.

Zu den Kartellen sind auch die vertikalen Bindungen zu zählen, gem. Art. 2 Abs. 2 Kartellgesetz sind sie den Kartellen gleichgestellt: „Abreden zwischen Lieferanten und ihren Abnehmern, wonach bei der Weiterveräußerung von Waren bestimmte Preise oder Verkaufsbedingungen einzuhalten sind (Preisbindungen der zweiten Hand), sofern diese Abreden aufgrund einer Kartellbestimmung oder durch eine kartellähnliche Organisation auferlegt oder durchgesetzt werden“<sup>18)</sup>.

Damit unterliegen die Preisbindungen im Verlagsgewerbe ebenfalls dem Gesetz, bedürfen jedoch nicht der schriftlichen Form (Art. 11 Abs. 3). Allerdings verpflichtet sich ein Buchhändler schon mit der Übernahme des Verkaufs eines Buches — mit vom Verleger festgesetztem und aufgedrucktem Verkaufspreis — zur Einhaltung der vertikalen Preisbindung.

Gerade für den Buchhandel kann die generelle Ausnahmebestimmung des Art. 5 Abs. 1 Wettbewerbsgesetz zur Anwendung kommen, die eine Wettbewerbsbeschränkung für zulässig erklärt, „sofern die Vorkehrungen durch überwiegende schutzwürdige Interessen gerechtfertigt sind und sie die Freiheit des Wettbewerbs im Verhältnis zum angestrebten Ziel sowie nach Art und Durchführung nicht übermäßig beeinträchtigen“<sup>19)</sup>. Sind diese beiden Voraus-

<sup>16)</sup> „Das Recht des einzelnen auf freie wirtschaftliche Betätigung, das sich aus den Artikeln 27 und 28 des Schweizerischen Zivilgesetzbuches ergibt, erfährt einen verstärkten Schutz.“ Beringe, Harald von, Der schweizerische Kartellgesetzentwurf, in: Wirtschaft und Wettbewerb, Jg. 10, Heft 5, Düsseldorf 1960, S. 328–339.

<sup>17)</sup> Vgl. Zoschke, H. P., Staats- und wirtschaftspolitische Erwägungen zur geplanten schweizerischen Kartellgesetzgebung, Basel 1961, S. 14.

<sup>18)</sup> Schnegelsberg, J., Das schweizerische Kartellgesetz, in: Schriftenreihe des Forschungsinstituts für Wirtschaftsverfassung und Wettbewerb, Köln 1964, S. 37.

<sup>19)</sup> Schnegelsberg, J., a.a.O., S. 43. Vgl. auch Junckerstorff, K., Kartellpolitik in Europa, in: Schweizerische Juristenzeitung, Revue Suisse de Jurisprudence, 56. Jg., Heft 15, Zürich 1960, S. 233.

setzungen gegeben, so steht der Durchführung vertikaler Preisbindungen nichts mehr entgegen. In Art. 5 Abs. 2 werden Beispiele für schutzwürdige Interessen angeführt, die eine nicht erschöpfende Darstellung verschiedener Begründungen für eine vertikale Preisbindung sein können.

Während in Buchstabe e) des Art. 5 Abs. 2 die vertikale Preisbindung ausdrücklich zugelassen wird, wenn dadurch z. B. qualitativ gute Beratung im Buchhandel gewährleistet wird, können die Gründe, die in den Buchstaben a) bis d) erwähnt werden, zur Durchsetzung der vertikalen Preisbindung unter Vorbehalt Anwendung finden (z. B. die Förderung einer im Gesamtinteresse erwünschten Struktur eines Wirtschaftszweiges oder Berufes).

Würde die vertikale Preisbindung im Buchhandel — entgegen der derzeitigen Handhabung — nicht auf kollektiver Ebene durchgesetzt und überwacht, also autonom durchgeführt, so käme das Gesetz nicht zur Anwendung (Art. 2 Abs. 2). Nach der augenblicklichen Rechtslage und den praktischen Erfahrungen im schweizerischen Buchhandel bestehen keine Zweifel, daß die vertikale Preisbindung für Verlagszeugnisse vom Schweizerischen Buchhändler- und Verleger-Verein im Rahmen der Konzeption des ‚Möglichen Wettbewerbs‘ auch weiterhin auf kollektiver Basis propagiert werden kann.

„Der Schweizerische Buchhändler- und Verleger-Verein (SBVV) ist die Standesorganisation des schweizerischen Buchhandels und ein Verein im Sinne von Art. 60 ff. des Schweizerischen Zivilgesetzbuches.“ . . . „Der SBVV bezweckt die Wahrung und zeitgemäße Entwicklung des Buchhändler- und Verlegerstandes. Er fördert die Zusammenarbeit seiner Mitglieder unter sich und mit den ihnen nahestehenden Berufsverbänden, er vertritt die gemeinsamen Interessen nach außen und erstrebt ein fruchtbares Zusammenwirken mit allen am geistigen und kulturellen Leben der Schweiz beteiligten Organisationen“<sup>20)</sup>. Mit eines der wichtigsten Ziele des Buchhändlerverbandes ist seit dem Gründungsjahr 1849<sup>21)</sup> der Schutz der festen und gebundenen Verkaufspreise für Bücher. In § 40 der Verkaufsbestimmungen<sup>22)</sup> des Schweizerischen Buchhändler- und Ver-

---

<sup>20)</sup> Statuten des Schweizerischen Buchhändler- und Verleger-Vereins, Zürich 1963, S. 3.

<sup>21)</sup> Vgl. Das Schweizerische Vereinssortiment, Festschrift zum 75 jährigen Bestehen, Olten 1957, S. 18. Vgl. auch Handbuch der schweizerischen Volkswirtschaft, Bd. I, Bern 1955.

<sup>22)</sup> In § 1 werden Zweck und Verbindlichkeit der Verkaufsbestimmungen erläutert: „Die Verkaufsbestimmungen regeln im Sinne von § 2 der Statuten des Schweizerischen Buchhändler- und Verlegervereins den geschäftlichen Verkehr zwischen Verlag und Sortiment sowie denjenigen mit dem Publikum. Sie sind verbindlich für die Mitglieder des SBVV und die von ihm anerkannten Verlage, Auslieferungsstellen und Buchverkaufsstellen.“ Verkaufsbestimmungen des Schweizerischen Buchhändler- und Verleger-Vereins, Zürich 1963, S. 3.

leger-Vereins wird der feste Ladenpreis<sup>23)</sup> als verbindlich angegeben: „Bücher, Kunstmappen, Landkarten, Atlanten und Zeitschriften dürfen nur zu den vom Verlag festgesetzten Preisen angekündigt, angeboten und verkauft werden. Preisnachlässe, Skonti, Freixemplare, Gutschriften aller Art sowie Zugaben, die nicht ausschließlich Werbecharakter tragen, sind unzulässig. . . .“<sup>24)</sup>.

Neben der Bestimmung des Ladenpreises wird also ausdrücklich festgestellt, daß Preisnachlässe in irgendeiner Form grundsätzlich unzulässig sind. Interessant ist, daß gem. § 42 der Verkaufsbestimmungen bei Werken, die eine geringere Handelsspanne als 35 % (§ 22) haben, ein Aufschlag erfolgen kann, damit der Rabatt auf den Verkaufspreis mindestens 25 % beträgt.

Die Einhaltung der vertikal gebundenen und festen Verkaufspreise für Bücher wird auf Grund der Verkaufsbestimmungen vom Schweizerischen Buchhändler- und Verleger-Verein wirksam überwacht. Neben den Verkaufsbestimmungen garantieren Art. 5 des Kartellgesetzes sowie Liefersperren die Durchsetzung des festen Ladenpreises<sup>25)</sup>.

Eine nicht unbedeutende Rolle für die Wirksamkeit der vertikalen Preisbindung im schweizerischen Buchhandel spielen die geographischen Gegebenheiten und die wirtschaftlichen Konstellationen<sup>26)</sup>. Die starke Konzentration auf die Städte Zürich, Basel und Bern, die 75 % aller Verlage und etwa die Hälfte der Buchhandlungen auf sich vereinen — in der französischen Schweiz sind es Genève, Lausanne und Neuchâtel —, bedeutet zumindest in technischer Hinsicht eine Erleichterung zur Durchsetzung der buchhändlerischen Ziele.

Mehr als in anderen Ländern hat das Schweizerische Vereinsortiment<sup>27)</sup> als zentrale Einkaufsstelle für den Buchhandel die wirtschaftliche Basis des Sortimentsbuchhandels gestärkt und damit die Institution der vertikalen Preisbindung durch ständiges Vorantreiben der Rationalisierung und der damit verbundenen Arbeitserleichterung auch für die Verlage nicht nur gefestigt, sondern zum wesentliche Ordnungselement im schweizerischen Buchhandel erhoben.

<sup>23)</sup> „§ 6 Der Ladenpreis ist der vom Verlag festgesetzte Einzelverkaufspreis an das Publikum, der Nettopreis der dem Sortiment gewährte Einkaufspreis.“ Verkaufsbestimmungen . . . , a.a.O., S. 5.

<sup>24)</sup> Verkaufsbestimmungen . . . , a.a.O., S. 13.

<sup>25)</sup> Vgl. Answers to the questionnaire concerning fixed prices for books, International Community of Booksellers' Association, Admitted in consultative relationship with UNESCO, Delft 1963, S. 4—8.

<sup>26)</sup> Diese statistischen Daten wurden dem Handbuch der schweizerischen Volkswirtschaft, Bd. 1, Bern 1955, entnommen.

<sup>27)</sup> Vgl. zum Wesen, zu den Aufgaben und Wirkungen des Schweizerischen Vereinsortiments „Das Schweizerische Vereinsortiment Olten 1882—1957“, Festschrift, hrsg. zum 75 jährigen Bestehen des Unternehmens, Olten 1957, und Taubert, S., Grundriß des Buchhandels in aller Welt, a.a.O., S. 262.

Der Erfolg des Schweizerischen Vereinssortiments<sup>28)</sup> beruht im wesentlichen auf dem Interesse der Buchhändler, den Einkauf von Verlagserzeugnissen auf genossenschaftlicher Basis zu beschleunigen und zu verbilligen. Diese buchhändlerische Einrichtung, die allgemeine Anerkennung und Verbindlichkeit der Verkaufsbestimmungen, die starke Stellung des Schweizerischen Buchhändler- und Verleger-Vereins und nicht zuletzt die vertikale Preisbindung bedeuten u. a. ein sicheres Unterpfand dafür, daß der schweizerische Buchhandel auch im Rahmen der Konzeption des ‚Möglichen Wettbewerbs‘ seine wirtschaftliche Stabilität und Konkurrenzfähigkeit sowie seine kulturpolitische Notwendigkeit und Wirkung weiterhin erfolgreich zu beweisen vermag. Die vertikale Preisbindung im Buchhandel steht — als „eine Überbrückung des preislichen und leistungsmäßigen Interessengegensatzes entweder durch Kompromisse oder durch gegenseitige Interessenberücksichtigung . . .“<sup>29)</sup> im Einklang mit der liberalen Konzeption<sup>30)</sup> der schweizerischen Wirtschaftspolitik und kann sogar als für den Buchhandel allgemein vorteilhaft angesehen werden.

### *C. Zusammenfassende Würdigung der vertikalen Preisbindung im Buchhandel und der Einfluß des Vertrages von Rom auf eine europäische Regelung*

Das Grundprinzip der Wirtschaftsordnungen westlicher Länder ist der freie Wettbewerb. Trotz der differenzierenden Nuancen in den Zielsetzungen der Wettbewerbspolitik der untersuchten Länder kann die Aktivierung des Wettbewerbs als wesentlichste Grundlage der nationalen Antitrustgesetze bezeichnet werden. In diesem Sinne kann auch der vertikalen Preisbindung im Buchhandel — trotz der theoretischen Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit des Preiswettbewerbs in der Marktwirtschaft — zugestimmt werden, weil nicht allein auf Grund der kulturpolitischen Wirkungen, sondern ebenso im Hinblick auf die Struktur des Büchermarktes eine Sonderstellung erkennbar wird, der die europäischen Staaten — mit Ausnahme von Frankreich — Rechnung tragen.

In Frankreich, wo sowohl kollektive wie autonome vertikale Preisbindungen verboten sind, scheint die Ansicht von M. Decelle, Direktor der Handelsabteilung im französischen Wirtschaftsministerium, nicht nur im Buchhandel, sondern in der gesamten Wirtschaft geteilt zu werden: „Wir hatten unrecht, die Preisbindung grundsätzlich zu verbieten. Eine Mißbrauchsgesetzgebung wäre

<sup>28)</sup> Das Schweizerische Vereinssortiment ist gemäß Titel 29 des Schweizerischen Obligationsrechts eine Genossenschaft (§ 1), die sich den genossenschaftlichen Einkauf buchhändlerischer Erzeugnisse zur Hauptaufgabe gemacht hat und nur Mitglieder beliefert (§ 2). Vgl. Statuten, Schweizerisches Vereinssortiment Olten, Ausgabe 1959 (mit Änderung und mit Ergänzung 1963), S. 3.

<sup>29)</sup> Kartell und Wettbewerb in der Schweiz, a.a.O., S. 201.

<sup>30)</sup> Vgl. Lademann, John R., Wirtschaftsstruktur und Wirtschaftsordnung der Schweiz, in: Wirtschaftssysteme des Westens, Bd. II, a.a.O., S. 201 und S. 203.

wohl zweckdienlicher gewesen. ... Dennoch wird die französische Regierung von ihrer Verbotsgesetzgebung nicht mehr abgehen, möglicherweise aber eine weniger restriktive Handhabung im Gemeinsamen Markt in Betracht ziehen“<sup>31)</sup>.

In England, wo das Kartellgesetz, von wichtigen Ausnahmen abgesehen, eher auf dem Mißbrauchs- als auf dem Verbotsprinzip beruht<sup>32)</sup>, wurde der Sonderstellung des Buchhandels entsprochen und dem Net Book Agreement zugestimmt, so daß die vertikale Preisbindung im englischen Buchhandel auf kollektiver Basis durchgeführt werden kann.

In Belgien und Holland, deren Wettbewerbs-Gesetze vom Mißbrauchsprinzip geprägt sind, kann die vertikale Preisbindung im Buchhandel von den Buchhändler- und Verlegerverbänden durchgesetzt werden, ohne daß die Kartellgesetze verletzt werden<sup>33)</sup>.

Das Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen in Deutschland, das grundsätzlich vom Verbotsprinzip geprägt ist<sup>34)</sup>, läßt genau abgegrenzte Ausnahmen zu, von denen eine für die autonome vertikale Preisbindung bei Verlagserzeugnissen gilt. Es ist mit ziemlicher Sicherheit anzunehmen, daß der feste Ladenpreis im Buchhandel — trotz der negativen Beurteilung im Kartellbericht der Bundesregierung — auch weiterhin als Fundament verlegerischer und buchhändlerischer Tätigkeit anerkannt wird.

In den skandinavischen Ländern, in denen die vertikale Preisbindung generell verboten ist, hat sich das System des festen Ladenpreises für Bücher seit über 100 Jahren bewährt<sup>35)</sup> und wurde als Ausnahme zugelassen. Dort wurde erkannt, daß sich — unter Nichtberücksichtigung wirklicher Vorteile — keine schwerwiegenden Folgen auf Grund der gebundenen und festen Buchverkaufspreise ergeben werden.

In der Wettbewerbspolitik Österreichs wird das Privileg einer Sonderstellung des Buchhandels im Kartellgesetz besonders erwähnt und bestätigt. Dagegen bedarf es in dem Wirtschaftssystem der Schweiz keiner besonderen Ausnahme, um die vertikale Preisbindung für Verlagserzeugnisse durchzusetzen.

So kann der International Publishers Association zugestimmt werden, "that the maintenance of published prices is of fundamental importance, not only to the bookpublishing and bookselling trades, but also to the communities they serve, in that such price maintenance ensures the widest possible distri-

---

<sup>31)</sup> Die vertikale Preisbindung im Kartellbericht der Bundesregierung, Ein Weißbuch des Markenverbandes e. V., Wiesbaden 1962, S. 38.

<sup>32)</sup> Vgl. Rogers, G. V., United Kingdom Legislation On Restrictive Trade Practices, in: Comparative Aspects of Restrictive Trade Practices, London 1961, S. 16.

<sup>33)</sup> Vgl. Answers to the questionnaire concerning fixed prices for books, International Community of Booksellers Association, Delft 1963, S. 1—8.

<sup>34)</sup> Vgl. Völp, Fr., a.a.O., S. 52.

<sup>35)</sup> Vgl. Gammelgard, Søren, a.a.O., S. 18.

bution of books on all subjects at the lowest prices compatible with reasonable remuneration to those whose livelihood comes from books. The International Publishers Association therefore calls on all governments to avoid taking any action prejudicial to the maintenance of published prices of books, having regard to the undoubted fact that the widest possible dissemination of the printed word in book form is one of the most valuable, means of securing national and international unity, culture and education. In furtherance of this, the International Publishers Association urges most strongly the reconsideration of any existing or contemplated legislation on price maintenance to ensure the most advantageous treatment of book distribution"<sup>36)</sup>.

Die Ausführungen und Untersuchungen zur vertikalen Preisbindung für Verlagszeugnisse in den Wirtschaftssystemen westlicher Länder lassen erkennen, welche Bedeutung und Notwendigkeit dem System der festen Ladenpreise im Hinblick auf ein umfassendes und wirtschaftlich rentables Sortimenternetz sowie auf das Vorhandensein und das vielfältige Angebot von Literatur beizumessen ist.

Trotz der Preisbindung auf dem Büchermarkt kann von einem funktionsfähigen Wettbewerb gesprochen werden, dem zwar der Nachteil der geringen Preisreagibilität anhaftet, andererseits aber qualitative Erfolge<sup>37)</sup> bewirkt, die nur durch das Zusammenspiel des Preiswettbewerbs der Verlage und durch den Dienstleistungswettbewerb des Buchhandels auf der Basis der vertikalen Preisbindung möglich werden.

Die vertikale Preisbindung für Bücher würde nach ihrer Abschaffung auf den Buchmärkten der westlichen Länder die Wettbewerbssituation im Buchhandel nicht wesentlich verändern, da viele Kräfte im Markt zur Wirkung kommen und „im ganzen ein überaus buntes und manchmal unübersichtliches und undurchsichtiges Bild“<sup>38)</sup> abgeben.

Die kulturpolitische Zielsetzung des Buchhandels manifestiert sich in dem Bestreben, Bildungsideale zu schaffen, literarische Schöpfungen zu vermitteln und kulturelle Wertvorstellungen zu fördern. Die an Initiativen reiche und dynamische Zusammenarbeit der Internationalen Arbeitsgemeinschaft von Sortimentervereinigungen ist ein deutlicher Beweis dafür, daß über die nationalen Grenzen hinaus nur auf der Basis der vertikalen Preisbindung das Hauptziel avisiert werden kann, „den Völkern aller Länder Zugang zu verschaffen zu

---

<sup>36)</sup> Barker, R. E., *Books For All*, UNESCO, Paris 1956, S. 14.

<sup>37)</sup> Als wirkliche Vorteile dürften u. a. genannt werden: die Beratung des Lesers, die Variationstiefe eines breiten Sortiments, wohlassortierte umfassende Buchlager, die weite Verbreitung eines gesunden Sortimentsbuchhandels und die schnelle wie kostenlose Besorgung von Buchbestellungen.

<sup>38)</sup> Schiller, Karl, *Absatzwirtschaft als produktive Aufgabe*, Hamburg 1957, S. 26.

Druckschriften und Veröffentlichungen“<sup>39)</sup>. Neben der empirischen Bewährung der festen Ladenpreise im Buchhandel westlicher Länder ist auf die Notwendigkeit eines stabilen Systems hinzuweisen, ohne das ein internationaler Literatur- austausch nicht denkbar ist<sup>40)</sup>.

Ohne die vertikale Preisbindung wird der Buchhandel westlicher Prägung, der sich durch eine einmalige Vielfalt und profilierte Individualität auszeichnet, den zukünftigen Anforderungen, die die Bedeutung des Buches infolge zunehmender Freizeit und steigenden Wissensbedürfnisses noch erhöhen, nicht gerecht werden können. Es muß deshalb das Anliegen jeder marktwirtschaftlichen Konzeption sein, die Erfüllung der kulturpolitischen Aufgaben nicht allein den — zu planwirtschaftlichem Denken neigenden — öffentlichen Stellen zu überlassen, sondern die wirtschaftliche Privatinitiative zu stärken und das Eigeninteresse der Buchhändler auf der Basis des erwerbswirtschaftlichen Prinzips<sup>41)</sup> zu fördern, damit das Kulturleben im allgemeinen und das Dasein einer Literatur im besonderen jene schöpferische und erneuernde Kraft behalten, die sie seit Jahrhunderten besitzen.

Die dargelegten Tatsachen zeigen, daß in den Ländern, in denen die vertikale Preisbindung nicht durchgesetzt wird, die optimale Erfüllung der kulturellen wie der wirtschaftlichen Aufgaben vom Buchhandel nicht oder nicht in gleichem Maße erfolgt wie in den Wirtschaftssystemen, in denen die „Sonderstellung des Buchhandels“ anerkannt wird. Wenn der Buchhandel auf nationaler wie auf internationaler Basis die Wirtschaftlichkeit durch Betriebsvergleiche, Rationalisierungsuntersuchungen, Erfahrungsaustausch und buchhändlerische Fortbildungskurse weiter fördert, werden volkswirtschaftliche Argumente gegen die Zulassung der Preisbindung nicht erfolversprechend genug sein, um die bisherige Handhabung aufzuheben. Die Vielfältigkeit des literarischen Angebots, die erst durch das System des festen Ladenpreises gewährleistet wird, findet ihren sichtbaren Ausdruck auf der Frankfurter Buchmesse. Längst hat sich die nationale Bedeutung zu einem internationalen literarischen Brennpunkt entwickelt, der es Verlegern und Buchhändlern aller Länder ermöglicht, auf der Basis eines wirtschaftlich stabilen Handels kulturelle Beziehungen zu pflegen und gemeinsame kulturpolitische Aufgaben zu lösen sowie buchhändlerische Zielsetzungen zu verwirklichen.

---

<sup>39)</sup> Buchhandel, Internationale Arbeitsgemeinschaft von Sortimenter Vereinigungen, a.a.O., S. 41.

<sup>40)</sup> Ähnlich Barker, R. E., a.a.O., S. 14/15.

<sup>41)</sup> „Es besagt, daß die Betriebe bestrebt sein sollen, auf die Dauer eine möglichst günstige Rentabilität, also einen möglichst hohen Gewinn auf das in ihnen investierte Kapital zu erzielen.“ Gutenberg, E., Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Wiesbaden 1958, S. 190. Vgl. auch Gutenberg, E., Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, Bd. I, a.a.O., S. 347 ff.

Mit der fortschreitenden wirtschaftlichen Integration der europäischen Staaten wird auch der Buchhandel bedenken müssen, ob die vertikale Preisbindung für Verlagserzeugnisse bei einer europäischen Regelung der Wettbewerbspolitik im nationalen Rahmen wie auf internationaler Ebene aufrechterhalten werden kann.

Im Gegensatz zur Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft „beruht die Regelung der internationalen Wettbewerbsbeschränkungen im Vertrag der Freihandelszone nicht auf einem normierten Gestaltungswillen der Mitgliedsstaaten, sondern lediglich auf der Vereinbarung eines Gestaltungszieles, das im Wege eines Verfahrens durch die Bemühungen der Mitgliedsstaaten auf Grund ihres innerstaatlichen Rechts verwirklicht werden soll“<sup>42)</sup>. Aus diesem Grund soll die Handhabung der vertikalen Preisbindung für Verlagserzeugnisse im Hinblick auf die Bestimmungen des Vertrages von Rom untersucht werden, weil eine Regelung der vertikalen Preisbindung im Buchhandel, die mit den Prinzipien der Wettbewerbsordnung des Gemeinsamen Marktes zu vereinbaren ist, den Grundsätzen der Europäischen Freihandelszone in jedem Fall entsprechen dürfte.

Die Grundlage für die Wettbewerbspolitik der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft bilden die Artikel 85 und 86 zusammen mit Art. 90 Abs. 2 des Vertrages von Rom. Die in diesen Generalklauseln zum Ausdruck gekommenen Wettbewerbsvorschriften stecken den Rahmen für eine freiheitliche und soziale Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung. „Diese Ordnung stützt den fairen Wettbewerb als den Motor des ökonomisch ergiebigsten Wirtschaftssystems und fördert dadurch und über eine gerechte Verteilung der Einkommen den Wohlstand aller“<sup>43)</sup>.

Die Wettbewerbspolitik der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft, die auf dem Grundsatz der Freiheit des unverfälschten Wettbewerbs und dem der Einheit des Wettbewerbs beruht<sup>44)</sup>, bestimmt die allgemeinen Zielsetzungen für den Austausch wirtschaftlicher Leistungen im zwischenstaatlichen Handel.

Unabhängig von der Handhabung der vertikalen Preisbindung für Verlagserzeugnisse in den einzelnen Ländern, ist es für eine europäische Regelung auch

<sup>42)</sup> Günther, Eberhard, Die Problematik einer völkerrechtlichen Regelung internationaler Wettbewerbsbeschränkungen, in: Kartelle und Monopole im modernen Recht, Bd. II, Frankfurt 1961, S. 571. Vgl. auch European Free Trade Association. Text of Convention and other Documents. Approved at Stockholm on 20th November 1959, London 1959.

<sup>43)</sup> Europäische Wirtschaftsgemeinschaft, in: Der Volkswirt, Beiheft zu Nr. 37 vom 14. September 1962, S. 58. — Europäische Wirtschaftsgemeinschaft, Communauté économique européenne, im folgenden zitiert als EWG.

<sup>44)</sup> Vgl. Deringer, Arved, Ideologie und Wirklichkeit einer europäischen Wettbewerbspolitik, in: Aufgaben der Wettbewerbspolitik im Gemeinsamen Markt, in: Schriftenreihe der Europa Union Deutschland, Heft 14, Düsseldorf 1963.

im Sinne nationaler Rechtsangleichungen bedeutsam, ob feste Ladenpreise für Bücher über die nationalen Grenzen hinaus aufrechterhalten werden können oder nicht.

Nach der übereinstimmenden Meinung der offiziellen Vertreter der Mitgliedsstaaten und derjenigen führender Wirtschaftsrechtler sind die Artikel 85<sup>45)</sup> und 86<sup>46)</sup> des Vertrages von Rom unmittelbar geltendes Recht<sup>47)</sup>. Mit der ersten Durchführungsverordnung zu Art. 85 ff. EWG-Vertrag (VO Nr. 17) im Jahre 1963, die sich im Prinzip dem ‚Erlaubnisvorbehalt‘<sup>48)</sup>, in der praktischen Formulierung aber der ‚Legalausnahme‘<sup>49)</sup> nähert, soll eine wirksame Überwachung der erlaubten Kartelle und eine Vereinfachung der Verwaltungskontrolle gewährleistet werden. Die durch diese Entwicklung hervorgerufene Rechtsunsicherheit zeigt, daß der Verwirklichung der gemeinsam gesteckten Ziele mit einer Rahmengesetzgebung eher gedient ist als mit zu konkreten Bestimmungen einerseits, die dem vielfältigen Erscheinungsbild der wirtschaftlichen Wirklichkeit nicht ohne weiteres Rechnung tragen können, und zu milden Gesetzesvorschriften andererseits, die eine einheitliche Wettbewerbspolitik zum Scheitern verurteilen würden.

Zunächst ist festzustellen, daß die wirtschaftliche Beeinträchtigung des internationalen Wettbewerbs infolge der vertikalen Preisbindung im Buchhandel noch weit geringer ist als diejenige im nationalen Bereich. Denn ein Buch kann nicht, wie es grundsätzlich bei jedem Markenartikel möglich wäre, ohne weiteres in verschiedenen Ländern verkauft werden. Neben der Sprache und dem Urheberrecht spielt das Verlagsrecht, das „ein unmittelbares Herrschaftsrecht über das Geisteserzeugnis“<sup>50)</sup> zur Folge hat, eine entscheidende Rolle. Abge-

---

<sup>45)</sup> Art. 85 enthält ein generelles Kartellverbot mit sofortiger Wirkung der Nichtigkeit.

<sup>46)</sup> Art. 86 verbietet generell die mißbräuchliche Ausnutzung einer marktherrschenden Stellung.

<sup>47)</sup> Vgl. Carabiber, Charles, *Trusts, Cartels et Ententes*, Paris 1964, S. 2; Plaisant, R. und Lassier, J., *Les trois premières années d'une politique des ententes*, Paris 1960, S. 61; Groeben, Hans von der - Boeckh, Hans von, *Handbuch für Europäische Wirtschaft*, Baden-Baden-Bonn 1958—1964, S. 5. Der gleichen Meinung sind: Coing, Helmut und Schlochauer, Hans-Jürgen, *Das Verhältnis des deutschen Kartellrechts zu den kartellrechtlichen Vorschriften des Vertrages über die Gründung der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft 1958*, Frankfurt 1958.

<sup>48)</sup> Nach dem Erlaubnisvorbehalt sind Kartelle grundsätzlich verboten und erst dann erlaubt, wenn sie von einer Kartellbehörde genehmigt werden. Vgl. die Regelung in Deutschland durch das Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen.

<sup>49)</sup> Eine Legalausnahme, wie sie in Frankreich praktiziert wird, stellt ebenfalls ein grundsätzliches Verbot für Kartelle dar, läßt aber bestimmte Kartellarten unter gewissen Voraussetzungen zu, was eine erhebliche Vereinfachung in der Beurteilung bedeutet.

<sup>50)</sup> Schneider, A., *Der Monopolcharakter des Buches*, Leipzig 1936, S. 62.

sehen von diesen Besonderheiten, die wiederum erkennen lassen, wie sehr auch wirtschaftliche Nebenwirkungen zu berücksichtigen sind, bleibt zu untersuchen, ob gebundene und feste Ladenpreise für Bücher über die nationalen Grenzen hinaus grundsätzlich gegen Art. 85 verstoßen und, wenn ja, ob eine Ausnahmeregelung möglich ist<sup>51)</sup>. (Text Art. 85 und VO Nr. 17 siehe folgende Seiten.)

Aus dem Text des Art. 85 geht hervor, daß Vereinbarungen, die unmittelbar oder mittelbar die Festsetzung der Verkaufspreise bezwecken, verboten sind. Es ist nicht daran zu zweifeln, daß damit auch die vertikalen Preisbindungen für Verlagserzeugnisse dem Verbot unterliegen. Allerdings müssen zwei Tatbestandsmerkmale des Art. 85 Abs. 1 erfüllt sein, damit das Verbot zur Wirkung kommen kann<sup>52)</sup>.

### Artikel 85

1. Mit dem Gemeinsamen Markt unvereinbar und verboten sind alle Vereinbarungen zwischen Unternehmen, Beschlüsse von Unternehmensvereinigungen und aufeinander abgestimmte Verhaltensweisen, welche den Handel zwischen Mitgliedstaaten zu beeinträchtigen geeignet sind und eine Verhinderung, Einschränkung oder Verfälschung des Wettbewerbs innerhalb des Gemeinsamen Marktes bezwecken oder bewirken, insbesondere
  - a) die unmittelbare oder mittelbare Festsetzung der An- und Verkaufspreise oder sonstiger Geschäftsbedingungen;
  - b) die Einschränkung oder Kontrolle der Erzeugung, des Absatzes, der technischen Entwicklung oder der Investitionen;
  - c) die Aufteilung der Märkte oder Versorgungsquellen;
  - d) die Anwendung unterschiedlicher Bedingungen bei gleichwertigen Leistungen gegenüber Handelspartnern, wodurch diese im Wettbewerb benachteiligt werden;
  - e) die an den Abschluß von Verträgen geknüpfte Bedingung, daß die Vertragspartner zusätzliche Leistungen annehmen, die weder sachlich noch nach Handelsbrauch in Beziehung zum Vertragsgegenstand stehen.

<sup>51)</sup> Der Text des Artikels 85 EWGV wurde der deutschen und französischen Fassung des 'Guide Pratique' concernant les articles 85 et 86 du Traité instituant la C.E.E. et leurs règlements d'application, Service de Presse et d'Information des Communautés Européennes, Paris 1962 entnommen. Vgl. auch Groeben, Hans von der - Boeckh, Hans von, Handbuch für Europäische Wirtschaft, Baden-Baden-Bonn 1958 bis 1964, S. 18/19.

<sup>52)</sup> Vgl. Groeben, Hans von der - Boeckh, Hans von, a.a.O., S. 20; Rodière, René, Limitations de la concurrence interdites aux termes de l'article 85, alinéa 1, du Traité de la C.E.E., et incidence sur le droit Civil (article 85, alinéa 2), in: Kartelle und Monopole im Modernen Recht, Bd. I, a.a.O., S. 265; Steindorff, Ernst, Das Wettbewerbsrecht der Europäischen Gemeinschaften und das nationale Recht, in: Kartelle und Monopole im Modernen Recht, Bd. I, a.a.O., S. 161.

2. Die nach diesem Artikel verbotenen Vereinbarungen oder Beschlüsse sind nichtig.
3. Die Bestimmungen des Absatzes 1 können für nicht anwendbar erklärt werden auf
  - Vereinbarungen oder Gruppen von Vereinbarungen zwischen Unternehmen,
  - Beschlüsse oder Gruppen von Beschlüssen von Unternehmensvereinigungen,
  - aufeinander abgestimmte Verhaltensweisen oder Gruppen von solchen, die unter angemessener Beteiligung der Verbraucher an dem entstehenden Gewinn zur Verbesserung der Warenerzeugung oder -verteilung oder zur Förderung des technischen oder wirtschaftlichen Fortschritts beitragen, ohne daß den beteiligten Unternehmen
    - a) Beschränkungen auferlegt werden, die für die Verwirklichung dieser Ziele unerläßlich sind, oder
    - b) Möglichkeiten eröffnet werden, für einen wesentlichen Teil der betreffenden Waren den Wettbewerb auszuschalten.

## Artikel 86

Mit dem Gemeinsamen Markt unvereinbar und verboten ist die mißbräuchliche Ausnutzung einer beherrschenden Stellung auf dem Gemeinsamen Markt oder auf einem wesentlichen Teil desselben durch ein oder mehrere Unternehmen, soweit dies dazu führen kann, den Handel zwischen Mitgliedstaaten zu beeinträchtigen.

## VERORDNUNG Nr. 17 DES RATES

Erste Durchführungsverordnung zu den Artikeln 85 und 86 des Vertrages  
geändert durch Verordnung Nr. 59 des Rates\*)

### Artikel 1

#### *Grundsatzbestimmung*

Vereinbarungen, Beschlüsse und aufeinander abgestimmte Verhaltensweisen der in Artikel 85 Absatz (1) des Vertrages bezeichneten Art und die mißbräuchliche Ausnutzung einer marktbeherrschenden Stellung im Sinne des Artikels 86 des Vertrages sind verboten, ohne daß dies einer vorherigen Entscheidung bedarf; die Artikel 6, 7 und 23 dieser Verordnung bleiben unberührt.

### Artikel 2

#### *Negativtest*

Die Kommission kann auf Antrag der beteiligten Unternehmen und Unter-

---

\*) Die Änderungen nach Verordnung Nr. 59 sind in Kursivschrift gesetzt.

nehmensvereinigungen feststellen, daß nach den ihr bekannten Tatsachen für sie kein Anlaß besteht, gegen eine Vereinbarung, einen Beschluß oder eine Verhaltensweise auf Grund von Artikel 85 Absatz (1) oder von Artikel 86 des Vertrages einzuschreiten.

### Artikel 3

#### *Abstellung von Zuwiderhandlungen*

1. Stellt die Kommission auf Antrag oder von Amts wegen eine Zuwiderhandlung gegen Artikel 85 oder 86 des Vertrages fest, so kann sie die beteiligten Unternehmen und Unternehmensvereinigungen durch Entscheidung verpflichten, die festgestellte Zuwiderhandlung abzustellen.

2. Zur Stellung eines Antrages sind berechtigt:

a) Mitgliedstaaten,

b) Personen und Personenvereinigungen, die ein berechtigtes Interesse darlegen.

3. Unbeschadet der sonstigen Bestimmungen dieser Verordnung kann die Kommission, bevor sie eine Entscheidung nach Absatz (1) erläßt, Empfehlungen zur Abstellung der Zuwiderhandlung an die beteiligten Unternehmen und Unternehmensvereinigungen richten.

### Artikel 4

#### *Anmeldung neuer Vereinbarungen, Beschlüsse und Verhaltensweisen*

1. Vereinbarungen, Beschlüsse und aufeinander abgestimmte Verhaltensweisen der in Artikel 85 Absatz (1) des Vertrages bezeichneten Art, die nach Inkrafttreten dieser Verordnung zustande kommen und für welche die Beteiligten Artikel 85 Absatz (3) in Anspruch nehmen wollen, sind bei der Kommission anzumelden. Solange sie nicht angemeldet worden sind, kann eine Erklärung nach Artikel 85 Absatz (1) nicht abgegeben werden.

2. Absatz (1) gilt nicht für Vereinbarungen, Beschlüsse und aufeinander abgestimmte Verhaltensweisen, wenn

1) an ihnen nur Unternehmen aus einem Mitgliedstaat beteiligt sind und die Vereinbarungen, Beschlüsse oder Verhaltensweisen nicht die Ein- oder Ausfuhr zwischen Mitgliedstaaten betreffen;

2) an ihnen nur zwei Unternehmen beteiligt sind und die Vereinbarungen lediglich

a) einen Vertragsbeteiligten bei der Weiterveräußerung von Waren, die er von dem anderen Vertragsbeteiligten bezieht, in der Freiheit der Gestaltung von Preisen oder Geschäftsbedingungen beschränken,

b) dem Erwerber oder dem Benutzer von gewerblichen Schutzrechten — insbesondere von Patenten, Gebrauchsmustern, Geschmacks-

mustern oder Warenzeichen — oder dem Berechtigten aus einem Vertrag zur Übertragung oder Gebrauchsüberlassung von Herstellungsverfahren oder von zum Gebrauch und zur Anwendung von Betriebstechniken dienenden Kenntnissen Beschränkungen hinsichtlich der Ausübung dieser Rechte auferlegen;

3) sie lediglich zum Gegenstand haben:

- a) die Entwicklung oder einheitliche Anwendung von Normen und Typen,
- b) die gemeinsame Forschung für technische Verbesserungen, wenn das Ergebnis allen Beteiligten zugänglich ist und von allen Beteiligten ausgenutzt werden darf.

Diese Vereinbarungen, Beschlüsse und Verhaltensweisen können bei der Kommission angemeldet werden.

## Artikel 5

### *Anmeldung bestehender Vereinbarungen, Beschlüsse und Verhaltensweisen*

1. Vereinbarungen, Beschlüsse und aufeinander abgestimmte Verhaltensweisen der in Artikel 85 Absatz (1) des Vertrages bezeichneten Art, die bei Inkrafttreten dieser Verordnung bestehen und für welche die Beteiligten Artikel 85 Absatz (1) in Anspruch nehmen wollen, sind bei der Kommission vor dem 1. November 1962 anzumelden. *Jedoch sind abweichend hiervon Vereinbarungen, Beschlüsse und aufeinander abgestimmte Verhaltensweisen, an denen nur zwei Unternehmen beteiligt sind, vor dem 1. Februar 1963 anzumelden.*

2. Absatz (1) gilt nicht, wenn die Vereinbarungen, Beschlüsse und aufeinander abgestimmten Verhaltensweisen zu den in Artikel 4 Absatz (2) genannten Gruppen gehören; sie können bei der Kommission angemeldet werden.

## Artikel 6

### *Erklärungen nach Artikel 85 Absatz (3)*

1. Gibt die Kommission eine Erklärung nach Artikel 85 Absatz (3) des Vertrages ab, so bezeichnet sie darin den Zeitpunkt, von dem an die Erklärung wirksam wird. Dieser Zeitpunkt kann nicht vor dem Tage der Anmeldung liegen.

2. Absatz (1) Satz 2 gilt weder für die in Artikel 4 Absatz (2) und in Artikel 5 Absatz (2) genannten Vereinbarungen, Beschlüsse und aufeinander abgestimmte Verhaltensweisen noch für diejenigen der in Artikel 3 Absatz (1) bezeichneten Art, die innerhalb der in letzter Bestimmung vorgesehenen Frist angemeldet worden sind.

Die Vereinbarungen über feste Ladenpreise im Buchhandel sind dann verboten, wenn sie den Handel zwischen den Mitgliedsstaaten zu beeinträchtigen geeignet sind und eine Verhinderung, Einschränkung oder Verfälschung des Wettbewerbs innerhalb des Gemeinsamen Marktes bezwecken oder bewirken.

Gem. Art. 85 Abs. 3 kann in Verbindung mit Art. 87 eine Ausnahme von Art. 85 Abs. 1 gewährt werden. Damit kann z. B. die vertikale Preisbindung für Verlagserzeugnisse von den Organen der EWG — vor allem von der Generaldirektion für Wettbewerb — zugelassen werden, insbesondere dann, wenn auf den nationalen Büchermärkten entsprechende Vereinbarungen gesetzlich genehmigt sind.

Abs. 3 Art. 85 EWG-Gesetz "performs a useful economic function, fully in keeping with the aims of the Treaty which, after all, is not concerned with pure theory"<sup>53</sup>). Vielmehr sind wesentliche Anliegen des Vertrages die Intensivierung des Handels und die Förderung des Fortschritts, nicht also der Wettbewerb um seiner selbst willen. Bei der Beurteilung, ob auf die vertikale Preisbindung im Buchhandel die Ausnahmebestimmung des Abs. 3 Art. 85 anzuwenden ist, wird außerdem zu berücksichtigen sein, daß die festen und gebundenen Buchverkaufspreise keine erheblichen restriktiven Wirkungen zur Folge haben und darüber hinaus in keiner Weise den Preiswettbewerb der in- und ausländischen Verlage beeinträchtigen<sup>54</sup>). Betrachtet man noch die Struktur des Büchermarktes, die in allen Ländern einen intensiven Wettbewerb gewährleistet, so kann die vertikale Preisbindung für Bücher zu den Vereinbarungen gezählt werden, die Franceschelli als 'good combinations' bezeichnet und die einen nützlichen und wünschenswerten Zweck erfüllen<sup>55</sup>).

Mag auch die Europäische Wirtschaftsgemeinschaft zunächst und nach außen hauptsächlich ökonomische Zielsetzungen avisieren, so darf jedoch nicht verkannt werden, daß gleichermaßen sozial- und kulturpolitische Gedanken verwirklicht werden sollen. Deshalb können für die Ausnahmebestimmung des Abs. 3 Art. 85 nicht nur wirtschaftliche, sondern auch kulturpolitische und soziologische Argumente Berücksichtigung finden<sup>56</sup>). In Ergänzung zu Art. 85

<sup>53</sup>) Franceschelli, Remo, The Restrictions on Competition that can be exempt from the prohibition of Art. 85, Paragraph 1 of the European Economic Community Treaty (Article 85, Paragraph 3), and the procedur for obtaining exemption, in: Kartelle und Monopole im Modernen Recht, Bd. I, a.a.O., S. 297.

<sup>54</sup>) Vgl. L'Application de l'article 85 du Traité de Rome (Marché Commun) aux contrats d'exclusivité et aux prix imposés en ce qui concerne Le Marché du Livre, Syndicat des Editeurs Belges, Brüssel 1963, S. 6. Auf die Schwierigkeit und die nicht wünschenswerte Tatsache eines Preiswettbewerbs für Bücher auf der *Handelsstufe* weist Abbot hin. Vgl. Abbot, Lawrence, Qualität und Wettbewerb, München 1958, S. 15.

<sup>55</sup>) Vgl. Franceschelli, Remo, a.a.O., S. 297/298. -

<sup>56</sup>) Vgl. Groeben, Hans von der, *Révue du Marché Commun*, Paris 1961, S. 198.

Abs. 3 kann der Buchhandel noch auf Art. 2 des Vertrages hinweisen, denn die vertikale Preisbindung im Buchhandel ermöglicht sowohl eine harmonische Entwicklung der buchhändlerischen Tätigkeit auf internationaler Ebene als auch eine stetige und gleichmäßige Ausweitung nationaler wie internationaler Literatur.

Gem. Abs. 3 Art. 85 kann die autonome vertikale Preisbindung für Verlagsserzeugnisse nach vorheriger Genehmigung zugelassen werden, d. h. die Bestimmungen des Absatzes 1 können für nicht anwendbar erklärt werden. Es ist mit Franceschelli übereinzustimmen, daß 'die angemessene Beteiligung der Verbraucher' (*equitable sharing of profits, une partie équitable du profit*) des Abs. 3 Art. 85 im weiten Sinne zu verstehen ist<sup>57)</sup>. Damit würden die schon im einzelnen erwähnten Vorteile, die sich infolge der vertikalen Preisbindung im Buchhandel ergeben, einen 'collective advantage' darstellen und einen Ausnahmeantrag gem. Art. 85 Abs. 3 oder gem. Art. 2 (Negativattest) der VO Nr. 17 mit begründen können.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, daß eine autonome vertikale Preisbindung für Verlagsserzeugnisse, soweit sie die Bestimmungen des Art. 85 Abs. 1 verletzt, nach Genehmigung durch die Generaldirektion für Wettbewerb gem. Art. 85 Abs. 3 zugelassen werden kann. Abgesehen von Art. 2 der VO Nr. 17, nach der die Kommission auf Antrag davon absehen kann, gegen eine Vereinbarung im Sinne des Art. 85 Abs. 1 einzuschreiten, würden zukünftige vertikale Vereinbarungen zwischen einem Verleger eines Landes mit einem Buchhändler eines anderen Landes unter Art. 4 Abs. 2 Ziff. 2 Buchstabe a der VO Nr. 17 fallen und von der Anmeldung gem. Art. 4 Abs. 1 der VO Nr. 17 freigestellt.

Als Lösung für eine Preisbindung auf kollektiver Ebene bietet sich die Anwendung der 'non-signer' Klausel der amerikanischen Antitrustgesetzgebung auf dem Gemeinsamen Markt an. Ein Verleger könnte dann in den verschiedenen europäischen Ländern gegen Nichtvertragsparteien (non-signers) von vertikalen Preisbindungsverträgen vorgehen, wenn die von ihm gebundenen und festgesetzten Verkaufspreise nicht eingehalten werden. In diesem Zusammenhang wird noch eine Angleichung des Rechts über den unlauteren Wettbewerb notwendig werden<sup>58)</sup>.

Der Buchhandel kann somit im Rahmen einer europäischen Regelung am ehesten auf der Basis der vertikalen Preisbindung sein wirtschaftliches Streben zu verwirklichen und seine kulturpolitischen Aufgaben zu erfüllen suchen.

---

<sup>57)</sup> Vgl. Franceschelli, Remo, a.a.O., S. 297/298.

<sup>58)</sup> Vgl. Groeben, Hans von der, Wettbewerb im Gemeinsamen Markt, in: Europa Archiv, 16. Jg., 25. November 1961, Folge 22, Frankfurt 1961, S. 650.

Gilt auch für alle am Wirtschaftsleben teilnehmenden Menschen, daß „l'homo economicus n'est rien s'il n'est en même temps homo ethicus“<sup>59)</sup>, so zeigt sich — und sollte sich besonders bei allen im Verlag und im Buchhandel Tätigen erkennen lassen —, daß nur die Verbindung ökonomischer mit kulturellen Elementen dem Wesen und den zukünftigen Aufgaben des Buches im Rahmen einer freien marktwirtschaftlichen Ordnung entsprechen kann.

Die geistige Freiheit wird am ehesten gesichert, wenn in den Rechts- und Wirtschaftsordnungen der westlichen Länder die Macht des Staates und einzelner Interessengruppen begrenzt wird durch die Vielfalt der in den Volksgemeinschaften vorhandenen Kräfte, die im literarischen Leben durch die weitere Wirkung der vertikalen Preisbindung im Buchhandel zur Wirkung kommen können.

„Or les livres, enfants, c'est en effet la voix  
Aux hommes d'aujourd'hui, des hommes d'autrefois.  
Cette voix parle aux yeux dans les lignes tracées.  
Où revivent sans corps d'invisibles pensées,  
Où, comme und pied humain dans le sable, s'écrit,  
L'esprit voit à jamais les traces de l'esprit  
Don des anges amis, invention féconde  
Qui rend l'âme mortelle immortelle en ce monde,  
Et par qui, des deux bords du temps, converseront  
Ceux qui furent un jour avec ceux qui seront.“

Lamartine

---

<sup>59)</sup> Scheurer, Frédéric, a.a.O., S. 168.

## Literaturverzeichnis

### I. Bücher:

- Abbott, Lawrence: Qualität und Wettbewerb, München-Berlin 1958
- Allais, M.: *Traité d'économie pure*, Paris 1943
- Allemann, H.: Wettbewerbspolitik, in: *Strukturwandlungen der schweizerischen Wirtschaft und Gesellschaft*, Bern 1962
- Allen, G. C.: *The British Economy*, in: *Wirtschaftssysteme des Westens*, Bd. I, Basel 1957/59
- Almanach des Verlages Georg D. W. Callwey, München 1963
- Andrews, P. W. S. und Friday, Fr. A.: *Fair trade, Resale price maintenance re-examined*, London 1960
- Angoulvent, P.: *L'édition française au pied du mur*, Paris 1960
- Arndt, Helmut: *Schöpferischer Wettbewerb und klassenlose Gesellschaft*, Berlin 1952
- Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens, Soziale Summe Pius XII, Fribourg 1961
- Bachem, F. C.: *Die Lage des deutschen Buchverlags in der gegenwärtigen Krise des deutschen Gesamtbuchhandels*, Köln 1922
- Bader, Otto: *Die Buchverlagsunternehmung*, Tübingen 1936
- Balmer, H. R.: *Selbstbehauptung des Buchhandels*, Olten 1960
- Bamberger, R.: *Jugendlektüre*, Wien 1955
- Barker, R. E.: *Books for all, a study of international book trade (UNESCO)*, Paris 1956
- Barone, E.: *Principi di Economia Politica*, Roma 1925
- Barret, François: *La Politique des prix imposés*, Paris 1935
- Baumbach, Adolf: *Wettbewerbs- und Warenzeichenrecht — Kommentar*, München und Berlin 1960
- Bernitz, Ulf: *Swedish Anti-Trust Law and Resale Price Maintenance*, Stockholm 1964
- Bloch, P.: *Entstehung und Entwicklung des Ladenpreises im Buchhandel*, Berlin 1923
- Blom, K.: *Prisloven med kommentarer*, Oslo 1954
- Böhm, F.: *Reden und Schriften*, Karlsruhe 1960
- Bolin, B.: *Sweden*, in: *Anti-Trust Laws*, London 1956
- Bookselling, Buchhandel, *La vente du livre, Ein Weg zur internationalen Verständigung*, The Hague 1963
- Borchardt, Knut und Fikentscher, W.: *Wettbewerb, Wettbewerbsbeschränkung, Marktbeherrschung*, Stuttgart 1957
- Bowker Lectures on Publishing, New York 1957
- Bredt, O.: *Branchenuntersuchung im Buchhandel*, Hannover 1957
- Bruck, E. P.: *Die Preisbildung im deutschen wissenschaftlichen Antiquariatsbuchhandel*, Berlin 1930
- Buchhandel — Eine Bibliographie, Gütersloh 1963
- Buch und Leser in den Niederlanden, *Schriften zur Buchmarktforschung*, Bd. 3, Gütersloh 1963
- Bücher, K.: *Der deutsche Buchhandel und die Wissenschaft*, Leipzig 1903
- Das Buchgewerbe und die Kultur, in: *Aus Natur- und Geisteswelt*, Bd. 182, Leipzig 1907
- Der deutsche Buchhandel in unserer Zeit, Göttingen 1961
- Buzello, S.: *Der ausländische und der deutsche Buchhandel*, Berlin 1930

- Carabiber, Ch.: *Trusts, Cartels et Ententes*, Paris 1964
- Centre D'Etudes Du Commerce, *Etudes Sur La Distribution Du Livre En France*,  
Tome I et II, Paris 1958
- Chamberlain, E. H.: *Towards a more general theory of value*, New York 1957
- Chambre de Commerce de Bruxelles, *Réglementation des Prix*, Bruxelles 1962
- Chandler, Ch. B.: *What happens in Book Publishing*, New York 1957
- Clark, J. M.: *Economic Institutions and Human Welfare*, New York 1957
- Coing, H. und Schlochauer, H. J.: *Das Verhältnis des deutschen Kartellrechts zu den  
kartellrechtlichen Vorschriften des Vertrages über die Gründung der Europäischen  
Wirtschaftsgemeinschaft* 1958, Frankfurt 1958
- Comparative Aspects of Restrictive Trade Practices*, London 1961
- Cox, R.: *Quantity Limits and the Theory of Economic Opportunity*, in: *Theory in  
Marketing*, Chicago 1950
- Delpuech, André: *Du commerce des livres*, Paris 1928
- Deringer, A.: *Ideologie und Wirklichkeit einer europäischen Wettbewerbspolitik*, in:  
*Aufgaben der Wettbewerbspolitik im Gemeinsamen Markt*, Schriftenreihe der  
Europa Union Deutschland, Heft 14, Düsseldorf 1963
- Dietze, W.: *Die Preisbildung des deutschen Buchhandels im Lichte der Kriegswucher-  
verordnungen*, Würzburg 1919
- Druckermüller, A.: *Der Buchhandel der Welt*, Stuttgart 1935
- Dumazedier, J. und Hassenforder, J.: *Eléments pour une sociologie comparée de la  
production de la diffusion et de l'utilisation du livre*, Paris 1962
- Eckhoff, T.: *Norway*, in: *Anti-Trust Laws*, London 1956
- Eckhoff, T. und Gjelsvik, O.: *Prisloven av 26. Juni 1953*, Oslo 1955
- Edwards, C. D.: *Maintaining Competition*, New York 1949
- Erhorn, H.: *Wirtschaft und Wettbewerbsrecht in Schweden*, Karlsruhe 1963
- Encyclopedia of the Social Sciences*, New York 1954
- Escarpit, Robert: *Sociologie de la littérature*, Paris 1960
- Eucken, W.: *Die Grundlagen der Nationalökonomie*, Godesberg 1947
- Falter, H.: *Les risques en matière d'édition*, Paris 1963, unveröff. Arbeit
- Findeisen, F.: *Die Markenartikel im Rahmen der Absatzökonomik der Betriebe*, Berlin  
1924
- Fog, Bj.: *The Relevance of the competitive laissez-faire model to the danish economy*,  
in: *Wirtschaftssysteme des Westens*, Bd. I, Basel 1957/59
- Franck, Louis: *La libre concurrence*, Paris 1963
- Frihagen, A.: *Fra Prisrådets Praksis*, Oslo 1960
- Frihagen, A.: *Prisrådets organisasjon og virksomhet*, Oslo 1961
- Fromman, E.: *Geschichte des Börsenvereins der deutschen Buchhändler*, Leipzig 1875
- Gammelgard, S.: *Resale Price Maintenance*, Paris 1958
- Génin, Marie-Thérèse: *L'Editeur*, Paris 1960
- Gentsch, H.: *Die verlegerischen und betriebswirtschaftlichen Probleme der Pocket-  
book-Herstellung*, Freiburg 1956
- Goedhart, C., Haccoû, J. F., Hennipmann, P. und Stuyvenberg, J. H. van: *Das Wirt-  
schaftssystem der Niederlande nach 1945*, in: *Wirtschaftssysteme des Westens*,  
Bd. I, Basel 1957/59

- Götschen, G. J.: Meine Gedanken über den Buchhandel und über dessen Mängel, meine wenigen Erfahrungen und meine unmaßgeblichen Vorschläge, dieselben zu verbessern, Leipzig 1925
- Grasset, Bernard: La Chose littéraire, Paris 1929
- Grasset, Bernard: Lettre à André Gillar sur les conditions du succès en librairie, Paris 1951
- Grochla, E.: Betrieb und Wirtschaftsordnung, Berlin-München 1954
- Groebe, H. von der - Boeckh, H. von: Handbuch für Europäische Wirtschaft, Baden-Baden-Bonn, 1958—1964
- Guardini, Romano: Lob des Buches, Mainz 1962
- Günther, E.: Neue Erfahrungen mit der Preisbindung im Handel und Industrie in Deutschland. Der Markenartikel in der neuen Handelsstruktur, Rorschach 1960
- Günther, E.: Relevanter Markt im Recht der Wettbewerbsbeschränkung, Karlsruhe 1960
- Gutenberg, Erich: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, Bd. I und II, vierte Auflage, Berlin-Göttingen-Heidelberg 1958
- Haerry, Hans: Die Intensität des Wettbewerbs, Zürich 1954
- Hampden, John (Hrsg.): The book world today. A new survey of the making and distribution of books in Britain, London 1957
- Handbuch der schweizerischen Volkswirtschaft, Bern 1955
- Handbuch der Sozialwissenschaften, Stuttgart 1959
- Handwörterbuch der Betriebswirtschaft, Stuttgart 1957/1960
- Hartmann, O.: Die Entwicklung der Literatur und der Buchhandel, Leipzig 1910
- Haußner, O.: Der heterogene Wettbewerb, Mannheim 1953
- Hax, Herbert: Vertikale Preisbindung in der Markenartikelindustrie, Köln-Opladen 1961
- Hegeland, H.: The Structure and Functioning of Sweden's Economy, in: Wirtschaftssysteme des Westens, Bd. I, Basel 1957/59
- Hiller, H. und Strauß, W.: Der deutsche Buchhandel, Wesen, Gestalt, Aufgabe, Gütersloh 1961
- Hinz, S.: Marketing — Ein Beitrag zum Wandel in der Absatzstrategie, in: Betrieb und Markt, Bd. VI, Wiesbaden 1962
- Hodeige, Fritz: Von der Wirksamkeit des Buches in Vergangenheit und Gegenwart, Freiburg 1956
- Hoornaert, M.: La politique des prix imposés, Brüssel 1933
- Houssiaux, Jacques: Concurrence et Marché Commun, Paris 1960
- Internationale Arbeitsgemeinschaft von Sortimentervereinigungen, Der feste Ladenpreis, Voraussetzung für die Verbreitung des Buches, Delft 1964
- Janssens, Valéry: La Belgique: Régime Economique Essentiellement Libre, in: Wirtschaftssysteme des Westens, Bd. I, Basel 1957/59
- Jaspers, K.: Von der Wahrheit der philosophischen Logik, München 1947
- Jeremias, Günther: Das billige Buch, Entwicklungs- und Erscheinungsformen, Berlin 1938
- Jöhr, W. A. und Singer, H. W.: Die Nationalökonomie im Dienste der Wirtschaftspolitik, Göttingen 1957
- Jöhr, W. A.: Der Kompromiß als Problem der Gesellschafts-, Wirtschafts- und Staatsethik, Tübingen 1958

- Kartellgesetze 1959, in: Amtliche Sammlung wiederverlautbarter Österreichischer Rechtsvorschriften, hrsg. vom Bundeskanzleramt, Wien 1959
- Kartelle und Monopole im Modernen Recht, Bd. I und Bd. II, Frankfurt 1961
- Kartell und Wettbewerb in der Schweiz, Veröffentlichung der Preisbildungskommission des Eidgenössischen Volkswirtschaftsdepartments, Bern 1957
- Kayser, W.: Das literarische Leben der Gegenwart (Vandenhoeck-Reihe Nr. 73/74), Göttingen 1959
- Kliemann, H.: Korn, Mohn und Quecke auf dem Acker des Buches, München 1956
- Kant, Immanuel: Über die Buchmacherey, Königsberg 1798
- Köhler, O.: Die Literatur im industriellen Zeitalter, Eltville 1960
- Köster, H.: Buch und Leben, Potsdam 1938
- Köth, Arno: Wie rechnet der Buchhändler?, Köln 1962
- Kontradiktorische Verhandlungen über deutsche Kartelle, Bd. 2, Berlin 1904
- Krelle, Wilhelm: Preistheorie, Tübingen-Zürich 1961
- Kühne, Karl: Funktionsfähige Konkurrenz, Monopolistische Restriktion und Wettbewerbsprobleme in der modernen Wirtschaft, Berlin 1958
- Lademann, J. B.: Wirtschaftsstruktur und Wirtschaftsordnung der Schweiz, in: Wirtschaftssysteme des Westens, Bd. II, Basel 1957/59
- Lajugue, Joseph: Les Doctrines Economiques, Paris 1963
- Landmesser, H. J.: Die volkswirtschaftliche Problematik der Ausnahmebestimmungen des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen, Berlin 1959
- Lassier, J. und Plaisant, R.: Les trois premières années d'une politique des ententes, Paris 1960
- Le Bon, Gustave: Psychologie Des Foules, Paris 1931
- Lehmann - Haupt, H.: The book in America, New York 1952
- Lexikon des Buchwesens, Stuttgart 1952/53
- Lisowsky, Arthur: Zur Theorie und Systematik der Handelsfunktionen, Berlin-Wien-Zürich 1937
- Lutz, A. F.: Der Mittelstand und die ethischen Normen der Wirtschaft, in: Der Mittelstand in der Wirtschaftsordnung heute, Heidelberg 1959
- Lutz, H.: Warum feste Preise für Markenartikel?, München 1952
- Main, O. W.: The Canadian Economy, in: Wirtschaftssysteme des Westens, Bd. II, Basel-Tübingen 1959
- Man, H. de: Vermassung und Kulturverfall, Bern 1951
- Marchal, J.: Le Mécanisme Des Prix, Paris 1960
- Marshall, John, David: Of, by and for librarians. Further contributions to library literature, Hamden/Conn. 1960
- Meinhold, W.: Die Wirtschaftspolitik Westdeutschlands unter dem Gesichtspunkt der Wirtschaftsordnung, in: Wirtschaftssysteme des Westens, Bd. II, Basel 1957/59
- Meister, Hans: Das schweizerische Buchdruckgewerbe mit besonderer Berücksichtigung seiner Beziehungen zu Buchverlag und Buch, Basel 1953
- Mellerowicz, K.: Preisbildung und Preisbindung bei Markenartikeln, München-Berlin 1955
- Mellerowicz, K.: Die Handelsspanne bei freien, gebundenen und empfohlenen Preisen, Freiburg i. Br. 1961
- Menz, G.: Das Buch als Ware und Wirtschaftsfaktor, in: Archiv für Buchgewerbe und Gebrauchsgraphik, Jg. 67, Leipzig 1930

- Menz, G.: Deutsche Buchhändler, Leipzig 1925
- Menz, G.: Was weißt Du vom Buch?, Prien/Obb. 1924
- Menz, G.: Der deutsche Buchhandel, Gotha 1942
- Menz, G.: Kulturwirtschaft, Leipzig 1935
- Merz, H.: Das Wettbewerbsrecht, in: Strukturwandlungen der schweizerischen Wirtschaft und Gesellschaft, Bern 1962
- Meyer-Dohm, P.: Der westdeutsche Büchermarkt, Stuttgart 1957
- Michel, M.: Stratégie du marché, Paris 1961
- Miksch, Leonhard: Wettbewerb als Aufgabe. Grundsätze einer Wettbewerbsordnung, Godesberg 1947
- Miller, W.: The book industry, New York 1949
- Müller-Armack, Alfred: Wirtschaftslenkung und Marktwirtschaft, Hamburg 1947
- Müller-Armack, Alfred: Stil und Ordnung der Sozialen Marktwirtschaft, Köln 1954
- Müller-Henneberg, H. und Schwartz, G.: Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen und Europäisches Kartellrecht, Köln-Berlin-Bonn-München 1963
- Munthe, P.: Some Structural Changes in Norway's Economy Since The War, in: Wirtschaftssysteme des Westens, Bd. II, Basel 1957/59
- Murchison, C. T.: Resale Price Maintenance, Columbia University Studies in History, Economics and Public Law, no 192, New York 1919
- Néret, J. A.: Manuel Pratique D'Edition et De Libraire, Paris 1951
- Néret, J. A.: Histoire illustrée de la librairie et du livre français, Paris 1953
- Nieschlag, R.: Die Gewerbefreiheit im Handel, Köln und Opladen 1953
- Nitschmann, P.: Die Krisis im Deutschen Buchhandel, Berlin 1928
- Norstrand, Albert van: The Denatured Novel, New York 1960
- Oldenbourg, Fr.: Buch und Bildung, München 1925
- Parvillez, A. de: Le Livre, Paris 1950
- Picquot, Raymond: Je Suis Libraire, Paris 1955
- Piettre, A.: Histoire De La Pensée Economique Et Analyse Des Théories Contemporaines, Paris 1961
- Pirou, G.: Le Mécanisme de la vie économique, Paris 1948
- Pohle, L.: Das deutsche Buchhändlerkartell, in: Schriften des Vereins für Sozialpolitik, Bd. 61, Leipzig 1895
- Pollert, Ernst: Die Preisbildung bei Markenartikeln und ihre Beziehungen zur Absatzpolitik, Stuttgart 1929
- Prager, L.: Die Ausschreitungen des Buchhandels, Leipzig 1903
- Preetorius, E.: Gedanken zur Kunst, München 1940
- Preisbindung und Boykott, Rüschklikon, Stiftung im Gruene 1958
- Preiser, E.: Nationalökonomie heute, München 1959
- Preiser, E.: Die Zukunft unserer Wirtschaftsordnung, Göttingen 1960
- Ritschl, H.: Wirtschaftsordnung und Wirtschaftspolitik, Weltwirtschaftliches Archiv, Bd. 65, Hamburg 1950
- Rives, Marcel: Traité d'Economie commerciale, Paris 1958
- Robinson, J.: The Economics of Imperfect Competition, London 1948
- Röper, B.: Die vertikale Preisbindung bei Markenartikeln, Tübingen 1955
- Röper, B.: Die Konkurrenz und ihre Fehlentwicklungen. Untersuchungen über Störungen in der Marktwirtschaft, Berlin 1952

- Röpke, W.: Der Buchhändler, Amorbach 1960
- Röpke, W.: Der wirtschaftliche Standort des Buchhändlers, Olten 1959
- Röpke, W.: Grenzen und Gefahren des Wohlfahrtsstaates, Frankfurt a. M. 1955
- Röpke, W.: Jenseits von Angebot und Nachfrage, Erlenbach-Zürich-Stuttgart 1961
- Röpke, W.: Die Ordnung der Wirtschaft, Frankfurt a. M. 1948
- Rosenstock-Huussy, E.: Soziologie, Bd. I und II, Stuttgart 1956
- Rosenstock-Huussy, E.: Die europäischen Revolutionen, Stuttgart und Köln 1951
- Rosenstock-Huussy, E.: Der Atem des Geistes, Frankfurt a. M. 1951
- Rüegg, Walter: Der gesellschaftliche Sinn des Buchhändlers, Olten 1962
- Ruprecht, Wilhelm: Der Ladenpreis im deutschen Buchhandel, Göttingen 1889
- Samuelson, P. A.: Economic Analysis, New York 1958
- Seyffert, R.: Wirtschaftslehre des Handels, Köln und Opladen 1957
- Sheehan, D.: This Was Publishing, Bloomington 1952
- Siebeck, P.: Die Organisation des deutschen Buchhandels und seine Bücherpreise in der wissenschaftlichen Literatur, Tübingen 1903
- Sombart, Werner: Die deutsche Volkswirtschaft im 19. Jahrhundert und im Anfang des 20. Jahrhunderts, Berlin 1913
- Spemann, A.: Die Kalkulation im schöngestigen Verlag, Leipzig 1940
- Spemann, A.: Menschen und Werke, München 1959
- Spranger, Eduard: Kulturfragen der Gegenwart, Heidelberg 1953
- Spranger, Eduard: Gedanken zur Daseinsgestaltung, München 1954
- Spranger, Eduard: Die kulturphilosophischen Voraussetzungen der gegenwärtigen Bildungsaufgaben, Bielefeld 1955
- Sundhoff, Edmund: Die Handelsspanne, Köln und Opladen 1953
- Syndicat National Des Editeurs, Monographie de l'Edition, Paris 1963
- Schär, Felix F.: Die Preisbindung der 2. Hand, Winterthur 1959
- Scheider, A.: Der Monopolcharakter des Buches, Leipzig 1936
- Scheurer, Fr.: L'entreprise, objet de science et moyen d'action, in: Mémoires de l'Université de Neuchâtel, Bd. 28, Neuchâtel 1960
- Scheurer, Fr.: La vente et la publicité, Neuchâtel 1962
- Schick, Frank L.: The paperbound book in America. The history of paperbacks and their European background, New York 1958
- Schiller, K.: Absatzwirtschaft als produktive Aufgabe, Hamburg 1957
- Schiller, K.: Neuere Entwicklungen in der Theorie der Wirtschaftspolitik, Tübingen 1958
- Schlemminger, J.: Die Preisbindung im deutschen Buchhandel, Stuttgart 1935
- Schmid, C.: Buch und Gesellschaft, Gütersloh 1960
- Schnabel, F.: Der Buchhandel und der geistige Aufstieg der abendländischen Völker, Freiburg 1951
- Schneegelsberg, J.: Das schweizerische Kartellgesetz, in: Schriftenreihe des Forschungsinstituts für Wirtschaftsverfassung und Wettbewerb, Köln 1964
- Schönherr-Dittrich: Kartellgesetz, Wien 1958
- Schottenloher, K.: Bücher bewegten die Welt, Stuttgart 1951
- Schücking, L. L.: Soziologie der literarischen Geschmacksbildung, Bern und München 1961
- Schütze, M.: Einige Regeln für die Kundenbehandlung, in: Das Gesicht des Buchhändlers, Düsseldorf-Wien 1963

- Das Schweizerische Vereinssortiment, Festschrift zum 75 jährigen Bestehen, Olten 1957
- Schweitzer, A.: Kultur und Ethik, München 1960
- Stämpfli, Jakob: Die Beziehungen zwischen Urheber und Verleger eines Schriftwerkes, Bern 1947
- Statement on Quality Stabilization in Support of S. 774 by Duffy, J. A., New York 1963
- Statement of Orrick, W. H., Antitrust Division, Washington 1964
- Statement of Weston, G. E., George Washington University, Washington 1963
- Steinbrück, K.: Vom unvollkommenen Markt zur heterogenen Konkurrenz, Mainz 1954
- Stemmle, Erwin: Das deutsche Buchgewerbe in Konjunktur und Krise, Basel 1958
- Stigler, G. J.: Theory of Price, New York 1950
- Taubert, S.: Grundriß des Buchhandels in aller Welt, Hamburg 1953
- Thielicke, Helmut: An die Deutschen, Tübingen 1962
- Thieß, Frank: Der Bucherfolg — Ursprung und Wandel, Wiesbaden 1959
- Thurmann, P.: Grundformen des Markenartikels, Berlin 1961
- Trolle, Ulf af: Studier i konkurrensfilosofi och konkurrenslagstiftning, Göteborg 1963
- Trübner, K.: Wissenschaft und Buchhandel, Jena 1903
- Uhlig, Friedrich: Geschichte des Buches und des Buchhandels, Stuttgart 1962
- Ulmer, Eugen: Urheber- und Verlagsrecht, Berlin-Göttingen-Heidelberg 1960
- UNESCO — Trade Barriers to Knowledge, Paris 1955
- Unwin, St.: Das wahre Gesicht des Verlagsbuchhandels, Stuttgart 1950
- Vaternahm, H.: Der deutsche Buchhandel und seine Organisation im Vergleich zu Frankreich, England und den Vereinigten Staaten von Amerika, Limburg 1937
- Völp, Fr.: Preisbindung für Markenartikel, München 1961
- Vormbaum, H.: Differenzierte Preise, Köln und Opladen 1960
- Vormbaum, H.: Finanzierung der Betriebe, Wiesbaden 1964
- Weber, W.: Die Österreichische Volkswirtschaft, in: Wirtschaftssysteme des Westens, Bd. I, Basel 1957/59
- Weinhold, H.: Marktforschung für das Buch, St. Gallen 1956
- Weststrate, C.: Economic policy in Practice: The Netherlands 1950/1957, Leiden 1959
- Wilcox, C.: Competition and Monopoly in American Industry, Washington 1941
- Wilhelm, H.: Preisbindung für Markenartikel, Freiburg i. Br. 1960
- Winterhoff, E.: Die Krisis im deutschen Buchhandel als Folge seiner Kartellierung, Karlsruhe 1927
- Wirtschaftssysteme des Westens Vol. I, II, Basel 1957/59
- Wirtschaftsordnung und Wirtschaftspolitik ohne Dogma, Hamburg 1954
- Yamey, B. S.: The Economics of Resale Price Maintenance, London 1954
- Zbinden, H.: Vom Buchklima unserer Zeit, Zürich 1953
- Ziegenfuß, Werner: Die Kulturgesellschaft, in: „Festgabe für Georg Jahn“, Berlin 1955
- Zondler, P.: Die Preisbindung der 2. Hand, Zürich 1938
- Zoschke, H. P.: Staats- und wirtschaftspolitische Erwägungen zur geplanten schweizerischen Kartellgesetzgebung, Basel 1961
- Zweig, St.: Begegnungen mit Menschen, Büchern, Städten, Frankfurt 1955

## II. Aufsätze:

- Beringe, Harald von: Der schweizerische Kartellgesetzentwurf, in: Wirtschaft und Wettbewerb, Heft 5, Jg. 10, Düsseldorf 1960

- Böhm, F.: Markenpreisbindung und fester Ladenpreis im Buchhandel, in: *Ordo Jahrbuch für die Ordnung von Wirtschaft und Gesellschaft*, Bd. XIV, Düsseldorf-München 1963
- Clark, J. M.: Toward a Concept of Workable Competition, in: *American Economic Review*, Vol. XXX, No. 2, Part 1, June 1940
- De Bie, O. und Laloire, M.: Les problèmes des prix imposés en Belgique: faits et opinions, in: *Annales des Sciences économiques appliquées*, Louvain 1954
- Engelich, R.: Grundsätzliches zur Preisbindung der zweiten Hand, in: *Österreichische Juristen-Zeitung*, 18. Jg., Heft 5, Wien 1963
- Eucken, W.: Das ordnungspolitische Problem, in: *Ordo Jahrbuch für die Ordnung von Wirtschaft und Gesellschaft*, Bd. I, Düsseldorf-München 1948
- Frihagen, A.: Utilbørlig konkurranse og konkurransebegrensning, in: *Jussens Venner*, Oslo 1961
- Guinzburg, H. K.: Verlegersorgen in Amerika, in: *Welt und Wort*, Jg. 6/1951
- Hermann, Wolf: Über buchhändlerisches Selbstverständnis, in: *der neue Vertrieb*, 15. Jg., Nr. 344, Flensburg 1963
- Hoover, C. B.: The Relevance of the competitive laissez-faire economic model to modern capitalistic national economies, in: *Zyklus*, Vol. VIII, Basel 1955
- Junckerstorff, K.: Kartellpolitik in Europa, in: *Schweizerische Juristenzeitung*, *Revue Suisse de Jurisprudence*, 56. Jg., Heft 15, Zürich 1960
- Koppel, A.: Organisation, Lage und Zukunft des deutschen Buchhandels, in: *Jahrbuch für Gesellschaft, Verwaltung und Volkswirtschaft*, Bd. 31, (1907)
- Leeuwe, van - Voorburg: Kartellrecht in den Niederlanden, in: *Internationale Wirtschaftsbrieft*, Heft 4/1961
- Meyer-Dohm, P. und Uhlig, Chr.: Zur Problematik bei Verlagserzeugnissen, in: *Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik*, 175. Bd., Heft 1, 1963
- Robinson, J.: Imperfect Competition Revisited, in: *Economic Journal*, Vol. LXIII, No. 251, September 1953
- Skeoch, L. A.: The Abolition of Resale Price Maintenance, in: *Economica*, Vol. XXXI, Nr. 123, August 1964
- Sraffa, Piero: The Law of Returns under Competitive Conditions, in: *Economic Journal*
- Weiser, G.: Die Überwindung des Ökonomismus in der Wirtschaftswissenschaft, in: *Wirtschaftswissenschaftliche Abhandlungen*, Heft 3, Berlin 1954
- Winterhoff, E.: Der feste Ladenpreis ein Vorteil für Buchhandel und Bücher?, in: *Ordo Jahrbuch für die Ordnung von Wirtschaft und Gesellschaft*, Bd. XIV, Düsseldorf-München 1963

### *III. Berichte, Gesetzestexte, Statistiken*

- Answers to the questionnaire concerning fixed prices for books, International Community of Booksellers Associations, Delft 1963
- Anzeiger des Österreichischen Buch-, Kunst- und Musikalienhandels, Wien
- L'Avis Du Conseil Central De L'Economie Sur L'Avant-Projet De Loi Sur La Concurrency, Bruxelles 1963
- Begründung des Gesetzentwurfes zum XI. Umsatzsteuer-Änderungsgesetz vom 23. August 1961
- Berichte des Instituts für Buchmarktforschung, Hamburg

- Bericht des Justizausschusses über die 3. Kartellgesetznovelle, Wien 1958
- Bericht über Änderungen des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen. Deutscher Bundestag, 4. Wahlperiode, Drucksache IV/617, Bonn 1962
- The Book Trade in Denmark, Kopenhagen 1953
- Buch und Buchhandel in Zahlen, Frankfurt 1950—1962
- Code of Ethics For the American Booksellers Association
- Combines Investigation Act, Ottawa 1963
- Delivery and Trade Regulations, Kopenhagen 1960
- European Free Trade Association. Text of Conventions and other Documents. Approved at Stockholm on 20th November 1959, London 1959
- Findings of the Freedom of Commerce Board in the case of the request from the Swedish Publishers' Association for exemption from the application of the ban on fixed gross prices in the book trade, Stockholm 1958
- Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen
- Guide Pratique concernant les articles 85 et 86 du Traité instituant la C.E.E. et leurs règlements d'application, Service de Presse et d'Information des Communautés Européennes, Paris 1962
- Konkurrencebegrensning og Monopol, København 1953
- Miller-Tydings Resale Price Maintenance Act
- Näringsfrihetsrådets beslut rörande vissa y Herligare villkor för meddelad dispens från bruttoprisförbudet med avseende å handeln med böcker, Stockholm 1958
- Nederlandse Stichting voor Statistiek, People and Books 1961, 's Gravenhage 1961
- Rationalisierungskuratorium der Deutschen Wirtschaft, Die französische Wirtschaftsplanung, Köln-Frankfurt 1962
- Règlement Professionnel Du Cercle Belge De La Librairie, Brüssel 1958
- Reglementen van de Vereeniging ter bevordering von de belangen des Boekhandels, Amsterdam 1962
- Report, Annual of the Federal Trade Commission, Washington 1963
- Report of the Committee to study Combines Legislation and Interim Report on Resale Price Maintenance, Ottawa 1952
- Report of the Committee on Resale Price Maintenance, London 1949
- Report on S. 774, 88 th Congress, Washington 1963
- Report on H. R. 457, 88 th Congress, Washington 1963
- Satzung, Verein für Verkehrsordnung, Frankfurt 1963
- Sherman Act
- Statuten des Schweizerischen Buchhändler- und Verleger-Vereins, Zürich 1963
- Statuts, Cercle Belge de la Librairie, Brüssel 1958
- Svenska Handelsbanken, Stockholm 1961
- Verkaufsbestimmungen des Schweizerischen Buchhändler- und Verleger-Vereins, Zürich 1963
- Verkaufsordnung für den Buch-, Kunst-, Musikalien- und Zeitschriftenhandel in Österreich, Wien 1947
- Verkehrsordnung des Deutschen Buchhandels, Frankfurt 1963
- Verkehrsordnung für den Buch-, Kunst-, Musikalien- und Zeitschriftenhandel in Österreich, Wien 1961
- Weißbuch des Markenverbandes, Wiesbaden 1962

#### IV. Zeitungen, Zeitschriften etc.:

Blick durch die Wirtschaft, Frankfurt  
Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel, Frankfurt  
The Bookseller, London  
Bundesgesetzblatt  
FFH Mitteilungen, Berlin  
Frankfurter Allgemeine Zeitung, Frankfurt  
Handelsblatt, Düsseldorf  
Journal des Tribunaux, Brüssel  
Journal Officiel de la République Française, Paris  
Juristenzeitung  
littera, Informationen aus Publizistik und Buchhandel, Bielefeld  
Der Markenartikel, München  
Moniteur Belge, Brüssel  
Neue Juristische Wochenschrift  
Pristidende, Oslo  
Publishers' Weekly  
Der Schweizer Buchhandel, La Librairie Suisse, Bern 1960  
Schweizerische Juristenzeitung, Revue Suisse de Jurisprudence, Zürich  
Staatsblad  
Staatscourant  
Time, Atlantic Edition, Paris  
Verbraucherpolitische Korrespondenz, Bonn  
Der Volkswirt, Frankfurt  
Wirtschaft und Wettbewerb, Düsseldorf

## Lebenslauf

Am 30. Oktober 1937 wurde ich als zweiter Sohn des Buchhändlers Michael Falter und seiner Frau Agnes, geb. Kempen, in Aachen geboren und im katholischen Glauben erzogen.

Von Ostern 1943 besuchte ich mehrere Volksschulen mit ziemlich großen Unterbrechungen, bis ich im Frühjahr 1948 die Aufnahmeprüfung an dem Naturwissenschaftlichen Couven-Gymnasium zu Aachen bestand.

Während meiner Schulzeit hatte ich Gelegenheit, mehrere europäische und außereuropäische Länder zu besuchen. Im März 1957 bestand ich die Reifeprüfung am Couven-Gymnasium zu Aachen.

Zum Sommersemester 1957 schrieb ich mich an der Staatswissenschaftlichen Fakultät der Ludwig-Maximilians-Universität in München ein. Nach Ablegung der juristischen Vorprüfung an der Universität zu Köln kehrte ich im Wintersemester 1959/60 an die Ludwig-Maximilians-Universität zurück.

Meine Prüfung als Diplom-Kaufmann legte ich im Sommer-Semester 1962 an der Ludwig-Maximilians-Universität ab.

## Ehrenwörtliche Erklärung

Ich erkläre hiermit ehrenwörtlich, daß ich die vorliegende Arbeit selbständig angefertigt habe; die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde bisher keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

München, Oktober 1964



